

**Комітет Верховної Ради України з питань науки і освіти
Міністерство освіти і науки України
Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
Київський національний торговельно-економічний університет
Інститут вищої кваліфікації КНТЕУ
Інститут економіки і прогнозування НАН України
Академія технологічних наук України
Українська асоціація бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів
Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих
підприємств України
Молдавська економічна академія**

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Матеріали VIII Міжнародного бізнес-форуму

(Київ, 19 березня 2015 р.)

Київ 2015

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

УДК 330.341.1(477)
ББК У9 (4Укр)0-55
П78

Проблеми та перспективи розвитку інноваційної
П78 діяльності в Україні : VIII Міжнародний бізнес-форум
(Київ, 19 березня 2015 р.) ; відп. ред. А.А. Мазаракі. – К. :
Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 272 с.
ISBN 978-966-629-714-6

У збірнику матеріалів розглянуто сучасні проблеми інноваційної діяльності як фактора європейської інтеграції; освітлено такі актуальні напрями: інноваційна політика в умовах децентралізації регіонів; міжнародний трансфер технологій; інноваційний розвиток підприємств; інноваційні технології у сфері торгівлі; захист об'єктів інтелектуальної власності; управління інноваційними проектами; інноваційна діяльність в університетах: реалії та перспективи; соціальні інновації та соціально-орієнтоване управління.

Представники органів державної влади, бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій, науковці та студенти знайдуть для себе у збірнику корисну інформацію для подальших наукових досліджень, використання в практичній діяльності, що забезпечить у майбутньому консолідацію інтелектуальних ресурсів для прискорення інноваційного розвитку України на засадах євроінтеграційних процесів.

УДК 330.341.1(477)
ББК У9 (4Укр)0-55

Редакційна колегія: А.А. Мазаракі (відп. ред.), д-р екон. наук, проф., академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України; Н.В. Притульська, д-р техн. наук, проф.; К.С. Шклярчук, канд. екон. наук, старш. наук. співроб.; А.М. Бідюк, директор Центру бізнес-освіти.

ISBN 978-966-629-714-6

© Київський національний торговельно-
економічний університет, 2015

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	12
АВАНЕСОВА І.А. Соціально-відповідальний вимір послуги неприбуткового фінансового посередництва	14
АНДРЕЄВА Т.Є, БУТЕНКО О.П. Сучасні проблеми інноваційного розвитку будівництва	16
АНДРОЩУК Г.О. Світові показники інтелектуальної власності: аналіз тенденцій та стан в Україні	18
АПОСТОЛЮК О.Ю. Державна фінансова підтримка інноваційного розвитку малого підприємництва	25
БЕГЛАРАШВІЛІ О.П. Впровадження підприємствами оптової торгівлі організаційних та маркетингових інновацій	26
БІДЮК А.М. Маркетингові інновації в бізнес-освіті	28
БІЛОУС І.М. Проблеми кримінально-правового порядку захисту прав інтелектуальної власності	30
БІЛЯВСЬКА Ю.В., БІЛЯВСЬКИЙ В.М. Імплементація міжнародного трансферу технологій в Україні	32
ВОКНАН А. Modern ecological security in assessing green investment	34
БУГА Н.Ю. Екобіотехнології в аграрному секторі економіки	36
БУЛАТ Є.А. Окремі аспекти охорони комп'ютерних програм на сучасному етапі	38
БУТ С.Ю. Ризики в управлінні проектами інноваційної діяльності, причини їх виникнення	40
ВАВДІЙЧИК І.М. Особливості застосування електронних торгових майданчиків при виборі постачальників товарних ресурсів	42

ВИСОЧИН І.В. Інноваційна інфраструктура вищих навчальних закладів	44
ВОЛОСОВИЧ С.В. Кластерні ініціативи у системі реалізації інноваційного розвитку ринку фінансових послуг	46
ВОЛОШЕНЮК В.В. Державна підтримка венчурного інвестування інноваційної діяльності	48
ВОЛЫНЕЦ Т.Г. Инновационный механизм оценки приоритетности услуг в структуре туристического продукта	50
ГАНЕЧКО І.Г., АФАНАСЬЄВ К.М. Комерціалізація інновацій: зміст та етапи процесу	52
ГАПОНЮК В.В. Захист прав на об'єкти інтелектуальної власності	54
ГАРБАР В.А., ХАЧАТРЯН В.В., ЧАЙКА І.В. Система електронного документообігу як інноваційна технологія регіонального розвитку в умовах децентралізації	56
ГЕНЕРАЛОВ О.В. Оцінка детермінант розвитку ринку цукру України в умовах європейської інтеграції	58
ГОЛОВАЧОВА О.С. Інноваційна складова у сфері зовнішньої торгівлі продукцією АПК	61
ГОЛОВНЯ Ю.І. «Зелена» економіка як вектор інноваційності суспільства	63
ГОЛОШУБОВА Н.О. Інституційні зміни як чинник інноваційного розвитку торгівлі	65
ГОНЧАРОВА І.В., ФОРОСТЯНА Н.П., ДУБОВИЙ В.О. Комплексне дослідження йонізованої води	68
ГОРДІЄНКО Т.М. Гейміфікація на ринку фінансових послуг	70
ГОРДІЙЧУК І.С. Інноваційне партнерство як ефективний інструмент реалізації інноваційної політики	72

ГРИГОРЕНКО О.М., НАЙДЮК В.С.

Управління інноваційним розвитком підприємств ресторанного господарства:
методологічні аспекти та практичні реалії 74

ГРИГОР'ЄВ Г.С., ІВАНОВА Н.Ю.

Формування та перспективи розвитку глокальних освітніх проектів 76

ГРИНЮК Н.А.

Розвиток зовнішньоторговельної діяльності кооперативного сектора
національної економіки 78

ДЕНИСЮК В.А.

Аналіз зовнішньоторговельного обороту товарами за рівнем
технологічності у харківському регіоні 80

ДОРОШЕНКО М.М.

Сутність основних понять інноваційного менеджменту 82

ДРИГА С.Г.

Державний інноваційний абстенціонізм 84

ДУГІНЕЦЬ Г.В.

Інтеграція в міжнародні виробничі мережі як чинник інноваційного
розвитку національного бізнесу 87

ЄГОРОВ С.О., ДЯТЧИК Д.І., ПОКШЕВНИЦЬКА Т.В.

Офіс трансферу технологій в університеті 89

ЖУК Т.В.

Особливості оцінки результативності та ефективності фінансування
інновацій підприємств торгівлі 91

ЖУКОВИЧ І.А.

Міжнародний досвід оцінювання інноваційності міст 93

ЖУКОВСЬКА В.М.

Розвиток інноваційної праці в Україні 95

ЗАБАЛДІНА Ю.Б.

Державна інноваційна політика в туристичному секторі Норвегії 97

ЗАБАРНА Е.М., СМОРОДІНОВА А.С., ПЕСЧАНСЬКА В.Г.

Особливості законодавства про трансфер технологій в окремих країнах
світу 99

ЗУБКО О.В.

Чинники формування інноваційно конкурентоспроможної економіки
в Україні 101

ІВАНЧЕНКО Г.В.

Особливості формування інноваційного регіонального кластера
«Дрогобиччина» 103

ГАРБАР Є.С.

Впровадження Базеля III – шлях до збільшення надійності
вітчизняних банків 105

ІКСАРОВА Н.О.

Зовнішня торгівля інноваційними послугами як пріоритетний напрям
співпраці України та ЄС 108

ІЛЬЧЕНКО Н.Б.

Формування бізнес-моделі розвитку підприємства 110

КАВУН О.О.

Доставка товарів як важлива складова якості торговельного обслуговування
покупців в інтернет-магазинах 112

КАМІНСЬКИЙ С.І.

Класифікація джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств 114

КАМ'ЯНЕЦЬКА О.В.

Інноваційний розвиток підприємств ОПК України 115

КАПЦА Ю.М.

Законодавство України та Європейського Союзу у сфері інноваційної
діяльності: інтеграційні виклики для України 117

КВАША Т.К., ЛИТВИНОВА В.В., ПАЛАДЧЕНКО О.Ф.

Моніторинг реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності
за рахунок бюджетних коштів вищими навчальними закладами
МОН України у 2013 році 119

КИРСЄВ В.М., ОВЧАРОВА Г.Б., ТАРЕЛІН А.А.

Формування інфраструктури сталого розвитку підприємництва малих міст
Харківської області 121

КЛЮЄВА Н.С.

Необхідність застосування зарубіжного досвіду в процесі інноваційного
розвитку українських підприємств 123

КОЖЕВИНА Н.Д.

Стратегия поддержки развития предпринимательства для обеспечения
занятости переселенцев и выхода из экономического кризиса 125

КОНДРАТЮК О.І.	
Інновації в реалізації продукції	130
КОРОП І.І.	
Інноваційний підхід до системи управління підприємством на засадах бюджетування	132
КОСТЮЧЕНКО В.М.	
Проблеми та перспективи фінансування інноваційної діяльності в Україні у контексті європейської інтеграції	134
КРИВОШЕЄВА В.В.	
Інноваційний розвиток ринку кредитних послуг фізичним особам	136
КУДИРКО Л.П.	
Захист географічних найменувань в контексті угоди про асоціацію між Україною та ЄС	138
КУЖЕЛЬ Е.В. КОРНЕВА А.О.	
Інформаційний сектор інфраструктурного забезпечення інноваційних процесів	140
КУЛИК М.В.	
Сервісні інновації в діяльності туроператора	143
КУЧЕР Д.Б.	
Інноваційні інструменти електронної торгівлі як фактор підвищення ефективності комерційної діяльності вітчизняних підприємств	145
ЛАДИЧЕНКО К.І.	
Напрями реформування національної інноваційної системи України	147
ЛАЗАРЕНКО Ю.О.	
Критерії виміру рівня інноваційної відкритості організації	149
ЛАПТЄВА Л.О.	
Стан та перспективи інноваційного розвитку роздрібної торгівлі	151
ЛЕБЕДЕВА Л.В.	
Іноваційна складова розвитку економіки України	153
ЛОЗОВСЬКИЙ О.М., ГОРШКОВ М.А.	
Формування імітаційної моделі відтворення ресурсного потенціалу аграрного сектора	155
МАЗАРАКІ А.А., ШКЛЯРУК К.С.	
Дослідницький університет як учасник системи розвитку вищої освіти в Україні	157

МАЗУР О.А., ПУСТОВОЙТ С.В., БРОВЧЕНКО Н.С. Проблеми інноваційної діяльності наукових установ у сучасних економічних умовах	159
МАСЛОВА Н.О. Інноваційний розвиток маркетингу у банках України	161
МАТВІЙ І.Є. Роль інноваційної діяльності в інтеграційних процесах	163
МАХНАЧОВА Н.М. Стратегічні орієнтири інноваційно-інвестиційного розвитку Вінницької області	165
МЕЛЬНИК В.В. Інновації в інформаційно-аналітичному забезпеченні фінансової безпеки суб'єктів довірчого управління майном	167
МЕЛЬНИК Г.В. Нечітко ієрархічний підхід до оцінювання величини можливих збитків від впливу інформаційних ризиків у корпоративних системах	169
МЕЛЬНИЧЕНКО С.В., ТКАЧУК Т.М. Франчайзинг – сучасний орієнтир інноваційного розвитку туристичних підприємств	171
МЕЛЬНИЧЕНКО С.В., ЗІКІЙ Н.Л. Бар'єри процвітання туристичного бізнесу	173
МИКОЛАЙЧУК І.П. Роль соціальних інновацій у забезпеченні розвитку організацій	175
МОЛОДОЖЕНЯ М.С. Про необхідність моніторингу інноваційної діяльності у торгівлі для потреб економічного управління підприємством	177
НАПАДОВСЬКА Л.А. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства	179
НОВІКОВА Н.М. Шляхи стимулювання інноваційних процесів у підприємницькій діяльності	182
ОДРЕХІВСЬКИЙ М.В. Проблеми побудови інноваційних систем	184
ПЕДАН А.Д., ЧУХРАЙ Н.І. Інститут винахідництва – джерело фінансування наукової та інноваційної діяльності дослідницького університету	186

ПОКОРНИЦЬКА К.В.	
Проблеми інноваційного розвитку підприємств України	188
ПРИСЯЖНЮК А.Ю., КОПИТЮК М.М.	
Превентивне управління інноваційними проектами	190
ПРОЦАК К.В., ГАЛАЗ Л.В.	
Фінансове забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в умовах європейської інтеграції	192
ПУГАЧЕВСЬКА К.С.	
Інноваційна компонента імпортозаміщення в Україні	194
П'ЯТНИЦЬКА Г.Т., П'ЯТНИЦЬКА Н.О.	
Складові процесу інноваційного розвитку організацій	196
РОМАНЕНКО В.А.	
Формування інноваційної політики в умовах децентралізації регіонів	198
РОМАНЕНКО О.А.	
Партнерські проекти бізнесу та університетів	200
КАРМАЗІНОВА В.Д.	
Формування бренду маркетингового дослідного агентства	202
РОМАТ Є.В., ІРТЛАЧ М.О.	
Бренди телеканалів – стратегічні бренди телевізійних компаній	203
РОМАТ Є.В., ТОЛСТОНОГ В.В.	
Інтегрований комплексний механізм державного управління захистом прав споживачів	206
РЯЗАНЦЕВА В.В.	
Інноваційний тренд розвитку освіти в Україні	208
САЛАЙЧУК О.М.	
Інноваційний розвиток обов'язкового автострахування в Україні	210
СЕВРУК І.М.	
Інновації як детермінанта розвитку міжнародних роздрібних торговельних мереж	212
СЕРОВ О.О.	
Аналіз проблем та шляхи інноваційного розвитку житлово-комунального господарства України	214
СКІЦЬКО В.І.	
Розвиток електронної логістики в Україні	216

СОКОЛОВСЬКА І.П.	
Інноваційна конкуренція як основа конкурентоспроможності	218
СОЛОВЬЕВ В.П.	
Феноменология инновационных стратегий предпринимательства	220
СТАСЮК Л.Л.	
Інноваційна складова формування цінності підприємства торгівлі	222
СУЩЕНКО А.М.	
Дослідження міжнародного трансферу технологій для В'єтнаму	224
ТАРЕЛИН А.А., КИРЕЕВ В.Н., ОВЧАРОВА Г.Б.	
Кластерные инициативы как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий энергомашиностроительного комплекса	226
ТАРЕЛІН А.О., КРАВЧЕНКО О.В., МИХАЙЛЕНКО В.Г.	
Розробка інноваційних технологій в ІПМаш НАН України	228
ТКАЧЕНКО Н.Б.	
Інноваційна функція державних закупівель	230
ТРИШКІНА Н.І.	
Інноваційні елементи інфраструктури оптового ринку	231
ТРОНЬКО В.В.	
Основні аспекти розвитку ринку ІКТ України	233
ТРУБЕЙ О.М.	
Процесні інновації в оптовій торгівлі	235
ТУРОВ М.П.	
Презентація сучасних досягнень української методології винахідництва як основи подальшого інноваційного розвитку суспільства і держави	237
УЩАПОВСЬКИЙ К.В.	
Корпоративна соціальна відповідальність державних електроенергетичних підприємств	239
ФЕДІРКО О.А.	
Тенденції регіонального інноваційного розвитку ЄС	241
ЛІВЕЧКО Л.Г.	
Стратегічний підхід при виведенні інноваційних послуг на ринок	244
ФЕДУЛОВА Л.І.	
Тенденції інноваційного розвитку сфери торгівлі	246

ХІЛЕНКО О.О.

Алокаційні інновації в антикризовому управлінні підприємством:
склад та особливості впровадження 248

ХЛОПЯК С.В.

Інновації у культурному туризмі 250

ХРИНЮК О.С.

Інновації механізму управління дебіторською заборгованістю підприємств ... 252

ЦИБУЛЬОВ П.М.

Бюджетне фінансування наукової і науково-технічної діяльності в Україні:
реалії та перспективи 254

ЧАЮН І.О.

Збалансована система показників як інноваційний інструмент ефективного
управління підприємством 258

ЧЕРЕДНИЧЕНКО В.А.

Управління ризиками комерціалізації продуктових інновацій 260

CHUKUSOVA M.U., SMILIANETS V.V.

Shopper marketing as one of the innovative techonologies in trade 262

ШАРКО В.В., БЄЛЯЄВА Н.В.

Удосконалення розвитку інноваційної діяльності підприємств торгівлі..... 264

ШЕВЧЕНКО С.Г.

Технопарк як необхідна складова інноваційної діяльності 266

ШЕВЧУН М.Б.

Логістична підтримка інноваційної діяльності торговельного підприємства ... 268

ШТУНДЕР І.О.

Інноваційні форми ефективної зайнятості населення 270

ПЕРЕДМОВА

Сьогодні інновації в глобалізованому світі відіграють ключову та вирішальну роль. Побудова ефективної економіки України потребує розвитку інноваційної політики під впливом високої конкуренції, що посилюється в умовах реалізації інтеграційних процесів.

Переоцінювання цінностей у зв'язку з викликами зовнішнього середовища, спричиненими наслідками геополітичної та економічної кризи, повинне стати базисом для формування інноваційної екосистеми нового типу та її регіональних інноваційних модулів. Реалізація політики децентралізації регіонів при цілеспрямованій інформаційній, організаційній і економічній підтримці з боку держави, регіональної й місцевої влади має бути спрямована на формування мережевої взаємодії учасників інноваційного процесу на території, що забезпечує відчутний синергетичний ефект інноваційної діяльності та є важливим чинником її економічного розвитку.

В умовах інтеграційних викликів актуалізується механізм розв'язання завдання щодо підвищення статусу інноваційної діяльності в університетах, який повинен мати два взаємодоповнюючі напрями: впровадження нових методів управління університетами, де повноправним буде науковий менеджмент; спільне розроблення та впровадження механізмів кооперації, інтеграції, партнерських стосунків з усіма інститутами не лише національної інноваційної системи (НІС), але й європейського інноваційного простору.

У збірнику матеріалів VIII Міжнародного бізнес-форуму «Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні», який традиційно проводиться у Київському національному торговельно-економічному університеті (м. Київ, 19 березня 2015 р.), розкрито механізми організаційного, правового та фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств, застосування інноваційних підходів до управління проектами, захисту інтелектуальної власності.

Особливий інтерес викликають механізми та інструменти інноваційного розвитку торговельної діяльності щодо формування інформаційно-технологічної інфраструктури та пошуку стратегій виведення нового продукту на ринок.

Проведення бізнес-форуму забезпечує налагодження ділових контактів, корисний обмін думками щодо сучасних тенденцій розвитку інноватики у світовій та вітчизняній практиці; надає можливість використати кращі надбання як для організації підготовки кадрів, так і для практичної реалізації інноваційних проектів та програм у секторах економіки.

Сподіваємося, що матеріали VIII Міжнародного бізнес-форуму «Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні» будуть корисними для всіх учасників і читачів, які небайдужі до сучасних інновацій, їх розвитку та впровадження у майбутньому.

**Ректор, д-р екон. наук, проф.,
академік НАПН України, заслужений
діяч науки і техніки України**

А.А. Мазаракі

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ ВИМІР ПОСЛУГИ НЕПРИБУТКОВОГО ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА

Необхідність забезпечення соціально-спрямованої економіки та захисту прав споживачів (у тому числі фінансових послуг), через обмеження державного регулювання економічних процесів, визначено Господарським Кодексом України як один із загальних принципів господарювання [1, Стаття 6, п.1].

Послуга неприбуткового фінансового посередництва є фінансовою послугою, а саме: видом діяльності в процесі якої не створюються нові, раніше не створені фінансові активи, але змінюється їх якісний склад. Результатом надання послуги неприбуткового фінансового посередництва є збереження реальної вартості активів через фінансування соціально-орієнтованих потреб споживачів цієї послуги. Послуга неприбуткового фінансового посередництва надається фінансовими установами і, як діяльність з фінансовими активами, спрямована на здійснення бюджетування (фінансування) задоволення соціально-орієнтованих потреб.

Назва послуги неприбуткового фінансового посередництва більш відома як «фандрейзинг», що використовується в зарубіжних країнах. Слово «фандрейзинг», від «fundraising» (англ. мова), має дві лексичні складові: «found» – акумуляція коштів, одержання фінансування, залучення грошей, та «raise» – збільшення, мобілізація капіталу. Термін «фандрейзинг» використовують для означення діяльності щодо залучення ресурсів, необхідних для реалізації соціальних ініціатив. В свою чергу, Господарський Кодекс України визначає «некомерційне господарювання» як «самостійну систематичну господарську діяльність суб'єктів господарювання, що спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку».[1, Стаття 52, п.1] Закони України «Про волонтерську діяльність»[2] та «Про благодійність та благодійні організації»[3] визначають загальні засади діяльності неприбуткових установ щодо задоволення соціально-орієнтованих потреб суспільства, але не трактують умови надання фінансової послуги неприбуткового фінансового посередництва, що мають надавати, як соціально-відповідальні, – фінансові установи (фінансові посередники). Послуга неприбуткового фінансового посередництва розуміється як процес взаємозалежних заходів,

спрямованих на залучення фінансових активів для фінансування задоволення соціально-орієнтованих потреб споживачів цієї послуги.

Відтак, послуга неприбуткового фінансового посередництва об'єднує відповідальністю наступних суб'єктів: надавача послуги (фінансовий посередник), надавачів фінансових активів (коштів) та споживача(-ів) цієї послуги. Взаємодія суб'єктів послуги неприбуткового фінансового посередництва характеризується не конкуренцією, а відповідальним співробітництвом у досягненні мети кожним із суб'єктом (див. рис. 1.)[4].

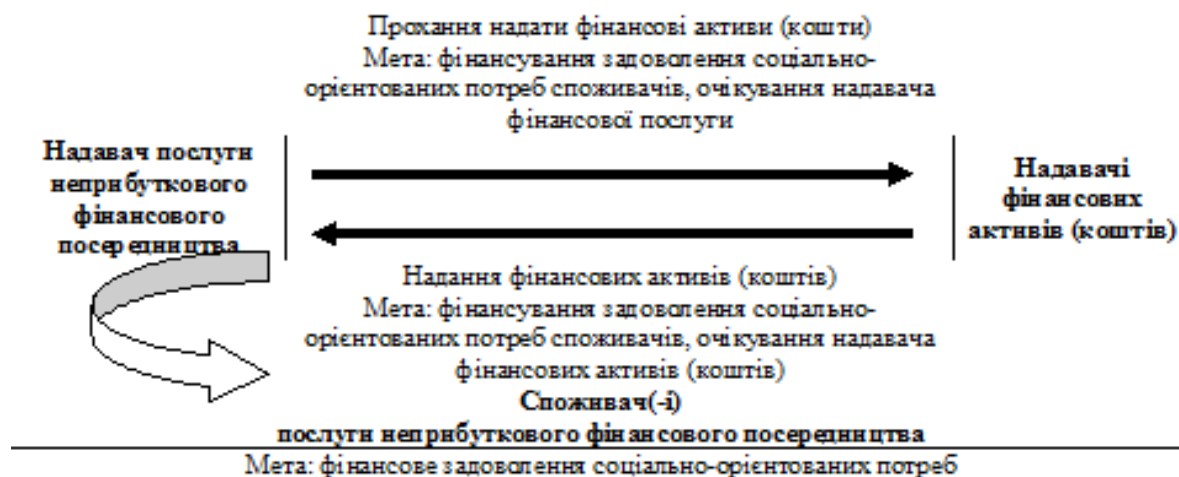


Рис. 1. Взаємодія суб'єктів послуги неприбуткового фінансового посередництва

Узагальнено – споживач, та предметно – споживач послуги неприбуткового фінансового посередництва, у відповідності до статті 39 Господарського Кодексу України, з метою фінансового задоволення соціально-орієнтованої потреби, має право на: державний захист своїх прав та інтересів, гарантований рівень споживання, належну якість фінансової послуги, фінансову безпеку послуги, достовірну поінформованість про кількість, якість та асортимент фінансових послуг, відшкодування збитків через неналежну якість фінансової послуги, звернення до влади за захистом порушених прав та законних інтересів.

Законні (забезпечені державою) інтереси споживачів, тобто належна якість споживання, визначені Господарським Кодексом України [1, Стаття 39, п.2] узагальнено, і для споживачів послуг неприбуткового фінансового посередництва, мають наступні трактування: вільний вибір послуги неприбуткового фінансового посередництва; набуття знань для прийняття самостійних рішень під час споживання послуги неприбуткового фінансового посередництва

у відповідності до задоволення фінансування соціально-орієнтованої потреби; гарантування одержання фінансування в обсягах необхідних для забезпечення рівня споживання і достатніх для підтримання здоров'я та життєдіяльності.

«Реалізація законних інтересів споживачів забезпечена правом їх участі та участі їх об'єднань у розробленні нормативних документів згідно законодавства України». [5]

Отже, соціально-відповідальний вимір послуги неприбуткового фінансового посередництва є «критерієм вибору» її суб'єктами «морального життєвого шляху». [6]

Список використаних джерел

1. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 р.
2. Про волонтерську діяльність : Закон України від 19.04.2011 № 3236-VI
3. Про благодійність та благодійні організації : Закон України від 5 липня 2012 р. № 5073-VI
4. Фінансові послуги : навч. посіб. / І.А.Аванесова. – 2-ге вид., допов. та переробл. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – С. 232
5. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII, Стаття 6, п.6
6. Ізборник / Григорій Сковорода [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://izbornyk.org.ua/chyph/chyph05.htm>

Андрєєва Т.Є.,

к.е.н., професор кафедри менеджменту,

Бутенко О.П.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту Харківського національного університету будівництва та архітектури

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БУДІВНИЦТВА

Як відомо, будівництво є не тільки індикатором розвитку держави, але й формує структуру економіки тому, що реалізує основну частину загальних інвестицій. Зрозуміло, що на даний час інвестиційний ринок в Україні дуже проблемний. Тому питання інноваційного розвитку будівництва на сучасний момент є складним

завданням і вимагає дослідження вітчизняного та зарубіжного досвіду. Економічна криза, яка відбувалась в Україні у 2008–2009 рр. показала, що будівництво є самою першою галуззю на якій відображаються економічні проблеми країни. Дослідженню проблеми інноваційного розвитку підприємств будівельного комплексу у період кризи присвячено багато уваги в роботах вітчизняних вчених – економістів, таких як Кравченко В. І. [1], Норкіна Т. П., Скарбун З. А. [2] та інших. Думка яка є спільною у роботах зазначених авторів це – необхідність підтримки державою заходів зі стабілізації ситуації. А. Мартенс [3], В. Гуржос [4], спираючись на закордонний досвід запропонували конкретний шлях, який може врятувати вітчизняне будівництво – це будівництво автошляхів. Це відомий напрям під назвою «новий курс Рузвельта». «Створюється маса нових робочих місць – до десятків тисяч на кожен мільярд доларів інвестицій. Зростають доходи зайнятих у цій галузі, а виходить, і їхня купівельна спроможність. Це, у свою чергу, підтримує легку промисловість, сільське господарство, сферу послуг» – пояснює голова «Укравтодору» В. Гуржос [4]. Як відомо «новий курс Рузвельта» також передбачав розвиток цивільного будівництва, що включав і стимулювання іпотечного кредитування. Будівництво як вихід з економічної кризи не можливе без інноваційного підходу, тому що вимагає високої якості, застосування сучасних технологій.

Запропоновані авторами напрями покращення інноваційного розвитку будівельної галузі є вірними та актуальними, але потребують більшого дослідження, тому що залишаються застарілі проблеми, які постійно стримували і зараз заважатимуть інноваційному розвитку будівництва.

Як відомо, стан будівництва залежить не тільки від рівня розвитку підприємств будівельного комплексу, а й від ситуації на ринку землі та земельних відносин, на фінансових ринках, ринках проектних, посередницьких та управлінських послуг, матеріалів, техніки і технологій, підрядних робіт, ринку послуг з експлуатації будівель [5]. До основних проблем, на думку авторів, потрібно віднести громіздку та високо витратну систему отримання дозволів та погоджень у процесі будівництва. Так, за словами експертів будівельного ринку в собівартості будівництва 1 кв.м. нерухомості закладається 1,5–2% коштів на отримання погоджень та дозволів. Ці витрати рівносильні вартості проектних робіт на стадії «Проект» і вартості розробки робочої і виконавчої документації. Корупція також активно практикується на стадії приймання будівель в експлуатацію для прискорення прийняття рішень про введення об'єктів в експлуатацію [6].

Підсумовуючи вище розглянуте, можемо сказати, що успішний інноваційний розвиток будівельної галузі України неможливий без спрощення, усунення бюрократичних перепон та створення прозорого механізму отримання дозволів та погоджень, як у процесі будівництва, так і у процесі приймання об'єктів.

Список використаних джерел

1. Кравченко В. І. Глобальні процеси і тенденції розвитку економіки та фінансів України // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 3. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>
2. Норкіна Т.П. Удосконалення управління інноваційним розвитком підприємств будівельної галузі / Т.П. Норкіна, З.О. Скарбун // Економіка будівництва і міського господарства. – 2013 –Т.9. – № 1 С. 55–62
3. Мартенс А. Дороге бездоріжжя [Електронний ресурс] // Інтернет-журн. «Моя дорога». – Режим доступу : <http://www.myroad.org.ua>
4. Будівництво доріг позбавить Україну кризи // Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2008/11/10/168490/>
5. Goover, Edgar M. The Location of Economic Activity / Edgar M. Goover. – New York : McGraw-Hill, 1948. – 248 p.
6. Олейніков О. Перспективи будівельного ринку [Електронний ресурс] //Український інженерно-технічний центр. – Режим доступу : http://etcu.com.ua/ua/statti/perspektivi_budivelnogo_rinku.html

Андрощук Г.О.,

к. е. н., доцент Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності Національної академії правових наук України

СВІТОВІ ПОКАЗНИКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА СТАН В УКРАЇНІ

Проблеми інтелектуальної власності (ІВ) в світі вийшли на перший план і стали вже не просто юридичним або комерційним питанням. Внаслідок всеосяжної інтелектуалізації сучасної економіки вони дедалі більше стають політичною проблемою, яка вимагає стратегічних комплексних підходів до їх аналізу і вирішення. За цих умов, проблеми стимулювання розвитку та охорони ІВ набувають

ролі одного з найважливіших чинників всього комплексу політико-економічних відносин та економічної безпеки як всередині кожної цивілізованої країни, так і в міжнародних відносинах.

Згідно з доповіддю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (BOIV) «World Intellectual Property Indicators» («Показники діяльності у сфері інтелектуальної власності») за 2014 р., що є одним з найбільш авторитетних збірників даних про ситуацію у сфері ІВ у більш ніж 100 країнах [1], в 2013 р. незважаючи на нерівномірні темпи глобального економічного підйому, четвертий рік поспіль спостерігалось також збільшення кількості заявок на реєстрацію промислових зразків і корисних моделей.

У 2013 р. зберігалися високі загальносвітові річні темпи зростання кількості патентних заявок, обумовлені, в першу чергу, двозначним показником зростання патентних заявок в Китаї, де було подано близько однієї третьої з 2,6 млн нових патентних заявок в усьому світі і за яким слідують за кількістю нових заявок Сполучені Штати Америки (США) і Японія.

Кількість заявок на реєстрацію товарних знаків зросла майже до 5 млн., що було також викликано високою активністю в Китаї.

В цілому по світу активність у поданні заявок на реєстрацію об'єктів ІВ зросла на 9% з патентів, 6,4% – з товарних знаків, 2,5% – з промислових зразків і 6,3% – з сортів рослин.

Будучи відображенням динаміки ВВП в багатьох регіонах, заявки на реєстрацію об'єктів ІВ характеризуються стійким зростанням у Китаї та США, але скорочуються в Європі і Японії.

Розглянемо цю динаміку реєстрації у розрізі об'єктів ІВ більш докладно.

Патенти. У 2013 р. винахідниками в усьому світі було подано 2,57 млн. патентних заявок, що на 9 % більше, ніж у 2012 р. З них 1,71 млн. було подано резидентами країн, а 0,86 млн. – нерезидентами. Більше половини всіх світових заявок були подані в Китаї (32,1% від загальносвітового обсягу) і США (22,3 %), у той час, як частка загальносвітового обсягу заявок, поданих в Європейське патентне відомство (ЄПВ), знизилася і склала 5,8 %.

У 2013 р. трьома провідними відомствами за кількістю прийнятих заявок були відомства Китаю, в яке було подано 825136 заявок, США (571 612 заявок) і Японії (328436 заявок). Розрив між відомствами Китаю та інших країн значно збільшився з 2011 р, коли Державне відомство інтелектуальної власності Китаю (SIPO) посіло перше місце в світі за кількістю прийнятих патентних заявок [2].

Серед 20 відомств, які отримали найбільшу кількість заявок, найвищі темпи зростання були відзначені у відомстві Китаю (+26,4%) і Австралії (+12,7%), за якими йде відомство Республіка Корея (+8,3%). В Японії кількість поданих заявок зменшилася на 4,2%, в той час як відомства в європейських країнах, зокрема в Італії (-1,1%), Іспанії (-6,6%), Сполученому Королівстві (-1,3%), і ЄПВ (-0,4%) в 2013 р отримали менше заявок, ніж у 2012 р

Серед великих країн із середнім рівнем доходу обсяг поданих заявок зменшився в Індії (-2,1%) і Південній Африці (-2%), але водночас збільшився в Бразилії (+ 1.5%) і Малайзії (+3.8).

Заявники з Китаю, які забезпечили країні перше місце за кількістю заявок, прийнятих від резидентів країни, подали порівняно невелику кількість заявок за кордоном, всього близько 30 тис. заявок. Заявники з США та Японії подали за кордоном більш ніж по 200 тис. заявок.

Найбільша кількість опублікованих в світі заявок припадає на галузь комп'ютерної технології (7,6 % від загального обсягу), за якою слідує галузі електротехнічного обладнання (7,2%), вимірювання (4,7%), цифрового зв'язку (4,5%) і медичної техніки (4,3%).

Згідно з оцінками, в 2013 р було видано 1,17 млн. патентів. Після того, як протягом останніх трьох років показник виданих в усьому світі патентів зростає швидкими темпами, в 2013 р було відзначено порівняно невелике зростання на рівні 3,1%. Це викликано, головним чином, зменшенням кількості патентів, виданих SIPO, а також уповільненням зростання кількості патентів, виданих Японським патентним відомством (ЯПВ). За наявними оцінками, в 2013 р в світі налічувалося 9,45 млн. діючих патентів, причому більша частина з них, або 2,39 млн. (26% від загальносвітового обсягу), припадала на частку США, за якими слідує Японія (19%) .

Товарні знаки. З 1995 р кількість заявок на реєстрацію товарних знаків збільшилася більш ніж у двічі. Крім того, число зазначених в заявках класів вперше перевищило 7 млн. (Класи) [3]. Майже три чверті всіх поданих в світі заявок припадає на частку резидентів, що просять охорону на території своєї країни. Безумовно, лідером за рівнем активності в сфері реєстрації товарних знаків є Китай (1,88 млн. за кількістю класів), за яким слідує США (486 128) і Відомство з гармонізації внутрішнього ринку (ВГВР) Євросоюзу (324749). Кількість заявок на реєстрацію товарних знаків в Китаї виросла з рівня, який в 2004 р був майже удвічі більшим, ніж

у США, до рівня, що перевищив показник США в 2013 р. приблизно в чотири рази.

Протягом останнього десятиліття найбільшим попитом користувалися товарні знаки, що стосуються класу охоронюваних ними послуг, зокрема у сфері реклами, бізнес-управління та бізнес-адміністрування. За ним слідує класи товарів, до яких належать предмети одягу або наукові, фотографічні та вимірювальні прилади, записуюче обладнання, комп'ютери та програмне забезпечення.

Загальна кількість товарних знаків, зареєстрованих в 2013 р, як і протягом двох попередніх років, склала близько 3 млн., незважаючи на щорічне збільшення заявок на реєстрацію товарних знаків, що, можливо, вказує на те, що в деяких великих відомствах можуть скупчуватися своєчасно необроблені заявки.

Промислові зразки. Після трьох років зростання, що вимірюється двозначними показниками, в 2013 р було зафіксовано помірне, на рівні 2,5%, зростання кількості зазначених у заявках промислових зразків (тобто всіх зразків, зазначених у заявках) [4]. Уповільнення загальносвітових темпів зростання кількості поданих заявок обумовлено різким скороченням кількості заявок в Китаї, на частку яких у 2013 р. довелося 53% від загальної кількості заявок.

У 2013 р. в поданих у всьому світі заявках було вказано 1,24 млн. промислових зразків, включаючи 1,06 млн. зразків, заявлених резидентами, і 180 тис. промислових зразків – нерезидентами. Після семи років безперервного зростання кількість зазначених в реєстраціях промислових зразків скоротилося в 2013 р до 3,3%. Зменшення кількості реєстрацій в усьому світі, в першу чергу, пов'язано зі скороченням їх кількості в Китаї на 12%. Динаміка кількості заявок на реєстрацію об'єктів ІВ у провідних країнах та відомствах світу за кількістю заявок, у розрізі за видами прав дається нижче у табл. [1].

Таблиця 1

Кількість заявок на реєстрацію об'єктів ІВ у провідних відомствах за кількістю заявок, у розрізі за видами прав

	Ріст (%): 2012–2013 рр.			Частка в світовому обсязі (%): 2013 р.		
	Патенти	Знаки (класи)	Зразки (кількість зразків)	Патенти	Знаки (класи)	Зразки (кількість зразків)
Всі країни	9,0	6,4	2,5	100,0	100,0	100,0
Китай	26,4	13,8	0,3	32,1	26,7	53,1

Закінчення табл. 1

	Ріст (%): 2012–2013 рр.			Частка в світовому обсязі (%): 2013 р.		
	Патенти	Знаки (класи)	Зразки (кількість зразків)	Патенти	Знаки (класи)	Зразки (кількість зразків)
ЄПВ	-0,4	-	-	5,8	-	-
ВГВР (відомство ЄС)	-	3,6	5,3	-	4,6	7,8
Франція	-	10,3	-	-	4,3	-
Німеччина	-	-	3,0	-	-	4,6
Японія	-4,2	-	-	12,8	-	-
Республіка Корея	8,3	-	7,0	8,0	-	5,6
Російська Федерація	-	4,9	-	-	3,4	-
Турція	-	-	10,3	-	-	4,1
США	5,3	13,4	-	22,3	6,9	-

Source: WIPO statistics database, October 2014

Сорти рослин. У 2013 р було знову подано рекордну кількість заявок на сорти рослин – приблизно 15 200 заявок по всьому світу. Темпи зростання за 2013 р. склали 6,3%, що значно перевищує показник попереднього року в 1,6%. Найбільша кількість заявок, 3296 одиниць, було подано у Відомство по сортах рослин Співтовариства Європейського союзу (ВЄРС), за яким слідує відомства **України (1544 заявки)** і Китаю (1510 заявок). Серед п'яти провідних за кількістю заявок відомств найбільш високі темпи зростання були відзначені в США (заявки на підставі Закону про патенти на рослини, + 22,4%), **Україна (+ 20,5%)** і ВЄРС (+ 14,9%), в той час як відомства Японії та Китаю у 2013 р. отримали менше заявок, ніж у 2012 р

Довідково. Що ж стоїть за цими, ніби то позитивними для України, показниками? В Державному реєстрі сортів, придатних для поширення в Україні, 2014 року частка сортів і гібридів вітчизняної селекції становить лише 48%, а іноземної – 52%. Нині на вітчизняний ринок масово заходять потужні приватні іноземні селекційні компанії, бюджет яких на селекційні цілі в рази перевищує фінансування НААН. Проте сорти й гібриди сільськогосподарських культур іноземної селекції не завжди пристосовані, а іноді й зовсім не придатні для вирощування в природно-кліматичних умовах України.

Яскравим прикладом є 2012 р., коли під впливом екстремальних погодних умов на значній території України зарубіжні сорти й гібриди пшениці, ячменю, кукурудзи, соняшнику повністю себе дискредитували за рівнем урожайності та якості продукції.

Найбільша кількість заявок припадає на частку заявників з Нідерландів (2943 заявки), за якими слідують заявники з США (1879 заявок) і Китаю (1433 заявок). Більшість країн в категорії 20 провідних місць походження подали більше заявок в 2013 р, ніж в 2012 р. Серед країн в категорії 5 провідних місць походження число заявок збільшилося в Німеччині, Нідерландах та США, але скоротилося в Китаї і у Франції.

Стан та тенденції винахідницької діяльності в Україні. Майже половина заявок на винаходи (49%) в Україні надходить від іноземних заявників. Внаслідок кризового стану вітчизняної економіки кількість заявок, поданих заявниками – юридичними особами, скоротилася на 19,5 %, у т.ч. заявок на винаходи – майже на 30%. Збільшення ставок зборів за патентування винаходів та корисних моделей (які відповідно збільшені до 35 разів), та підтримання їх чинності, негативно позначилося на результативності винахідницької діяльності.. Про низьку ефективність винахідницької діяльності в Україні, що становить загрозу економічній безпеці держави, свідчать, зокрема, такі дані. У 2013 р. національними заявниками подано близько 13 тис. заявок на винаходи і корисні моделі. Водночас, через несплату зборів за підтримання чинності патентів на винаходи і корисні моделі, втратило чинність 9,8 тис. патентів національних власників (75%)! При цьому середній термін розгляду заявок на винаходи до видачі патенту складає близько 2-х років [5]. Комерціалізація об'єктів промислової власності. За даними статистики в економіці України за рік було використано близько 4 тис. об'єктів промислової власності, в т.ч. 1,8 тис. винаходів (близько 7% від загальної кількості чинних патентів), 2,4 тис. корисних моделей (6%), 393 промислові зразки (4%). Отже, більшість захищених охоронними документами об'єктів патентного права у виробництві не використовуються і припиняють свій життєвий шлях відразу ж після розробки і отримання правової охорони [6].

Зростає несанкціонований виток винаходів, так звана «патентна міграція» з України. Рівень (патентів-втікачів) складає 10–12% щорічного обсягу патентування. Простежується тенденція до зростання цих показників. Найбільш активні сектори міграції – медичні препарати, ІТ-технології (системи та обладнання), фармакологія. Розширюється

географія міграції: Російська Федерація (51%), США (11%), Пів. Корея (9%), Тайвань (3%), Німеччина (2%). Значна частина потенційно значимих винаходів, отриманих українськими винахідниками (патенти-втікачі), заявляються напряму в патентні відомства зарубіжних країн без подання попередньо заявки в патентне відомство України і отримання відповідного дозволу. Тобто, продовжується неконтрольована передача за кордон наукових і конструкторських розробок, виток з України вітчизняних заявок на перспективні винаходи. За останні роки понад 100 таких винаходів запатентовано безпосередньо в США і декілька тисяч – в Росії! Є серед них і технології подвійного призначення і конструкції танків [5].

Тенденції у сфері реєстрації та використання об'єктів ІВ в Україні залишаються дуже суперечливими і свідчать про неефективне функціонування системи охорони ІВ. В економіці України склалися вкрай несприятливі умови не лише для самої винахідницької діяльності, а і для використання винаходів. Винахідництво і раціоналізаторство втратили характер масового руху, що ускладнює перспективні можливості економіки розвиватися інноваційним шляхом

«Глобальні тенденції у галузі подання заявок на реєстрацію об'єктів інтелектуальної власності слугують відображенням загальної економічної картини, – заявив Генеральний директор ВОІВ Френсіс Гаррі. – Різностороння динаміка економічних показників країн, як видається, позначилася на глобальному інноваційному ландшафті» [1].

Список використаних джерел

1. Global Intellectual Property Filings Up in 2013, China Drives Patent Application Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2014/article_0018.html
2. Рост числа заявок на регистрацию объектов интеллектуальной собственности в 2013 г.: Китай лидирует по числу новых патентных заявок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2014/article_0018.html
3. Мова йде про кількість класів, зазначених у заявці на реєстрацію товарного знака. У деяких відомствах ІВ діє система подачі по одному класу, яка зобов'язує заявників подавати окрему заявку для кожного класу, до якого відносяться товари і послуги, охоронювані товарним знаком. В інших відомствах використовується

- «багатокласова» система, що дозволяє заявникам подавати єдину заявку із зазначенням класів, до яких належать товари і послуги. ↑
4. Йдеться про спільну кількість зразків, зазначених у заявці на реєстрацію промислового зразка. Деякі відомства ІВ дозволяють заявникам зазначати в заявці більше одного зразка, тоді як інші – вимагають подавати окрему заявку на кожен промисловий зразок.
 5. Андрощук Г.О. Інтелектуальна власність в наукоємних виробництвах і оборонній сфері в системі національної безпеки / Г.О. Андрощук // Наука та наукознавство. – 2014.-№4. -С. 88-98.
 6. Андрощук, Г. Економіко-статистичний аналіз винахідницької активності в Україні / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2013. – № 11. – С. 27-33.

Апостолюк О.Ю.,
аспірант кафедри фінансів КНТЕУ

ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Малий бізнес є рушієм економічного прогресу при застосуванні інновацій, що підвищує конкурентоспроможність не тільки підприємства, а й національної економіки в цілому. Відповідно до Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 №4618-VI малі підприємства можуть отримувати від держави безповоротні цільові субсидії на придбання та впровадження нових технологій, в тому числі, енергозберігаючих та екологічно чистих технологій [1]. Це сприяє впровадженню інноваційно-інвестиційної моделі розвитку вітчизняної економіки.

Актуальність інноваційного розвитку визначається Законом України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV, згідно з яким державна фінансова підтримка може надаватися при створенні бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, центрів трансферу технологій, технологічних парків, інноваційних центрів [2]. Розвиток понад 85% їх учасників [3, с.102] держава забезпечує шляхом:

- державної фінансової підтримки інкубації малого бізнесу;
- створення сприятливих умов для ведення бізнесу;
- існування системи податкових пільг і пільгового кредитування;
- допомоги за рахунок висококваліфікованих кадрів.

Державна фінансова підтримка інноваційного розвитку малих підприємств поки не реалізується в Україні повною мірою. Проте, саме за допомогою механізмів інноваційного розвитку держава може забезпечити зростання конкурентоспроможності та розширене відтворення малого підприємництва у сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва [Електронний ресурс] : Закон України від 22.03.2012 №4618-VI. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
2. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
3. Паламарчук О.М. Особливості функціонування бізнес-інкубаторів в Україні / О.М. Паламарчук // Економічний вісник університету. – 2014. – Вип. 22(1). – С.99-104.

Бегларашвілі О.П.

к.е.н., доцент кафедри торговельного підприємництва КНТЕУ

ВПРОВАДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

Сучасний розвиток конкурентних відносин доводить необхідність безперервного удосконалення діяльності кожного суб'єкта ринку. Це в повній мірі стосується функціонування інституту оптового торговельного посередництва. Запровадження новацій в діяльності оптових торговельних підприємств є дієвим та ефективним інструментом їх подальшого розвитку. Ці інновації можуть стосуватися як окремих параметрів загальної стратегії розвитку, так і формування нових бізнес-моделей [3, с. 210].

Організаційні інновації обумовлюють запровадження нових організаційних методів у ділову практику, трудовий процес або у зовнішні зв'язки підприємства. У свою чергу, маркетингові інновації включають реалізацію нових методів маркетингу: зміни в дизайні та упаковці продукту, його просуванні або розміщенні

Показники підприємств оптової торгівлі та посередництва в оптовій торгівлі, що впроваджували організаційні та /або маркетингові інновації у 2008–2012 рр. характеризують показники табл. 1.

Таблиця 1

Підприємства оптової торгівлі, що впроваджували організаційні та /або маркетингові інновації у 2008-2012 рр., од. [1, с. 254]

Показники	2008–2010 р.	2010–2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Усього	2027	1626	80,2
у тому числі: організації з технологічною інновацією, з них:	305	261	85,6
• впроваджували тільки технологічні інновації	42	61	145,2
• впроваджували тільки маркетингові інновації	115	65	56,5
• впроваджували технологічні та маркетингові інновації	148	135	91,2
у тому числі: організації без технологічної інновації, з них:	1722	1365	79,3
• впроваджували тільки технологічні інновації	393	322	81,9
• впроваджували тільки маркетингові інновації	641	478	74,6
• впроваджували технологічні та маркетингові інновації	688	565	82,1

Аналіз наведених у табл. 1 показників дозволяє зробити низку висновків. Можна стверджувати про скорочення кількості підприємств оптової торгівлі, які впроваджували організаційні та маркетингові інновації, протягом досліджуваного періоду на 20%. На тлі такої ситуації також спостерігається скорочення удвічі кількості підприємств оптової торгівлі з технологічною інновацією, що впроваджували маркетингові інновації. Однак, показники табл. 1 свідчать і про певні позитивні тенденції. Так, якщо у 2008–2010 рр. кількість оптових підприємств, що впроваджували технологічні інновації, складала 42 одиниці, то вже у 2011–2012 рр. їх кількість зросла на 45,2%, тобто, до 61 од.

Маркетингові інновації спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів залучення їх більшої кількості відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів.

Таким чином, можна зробити висновок, що «впровадження нетехнологічних, зокрема маркетингових, інновацій набуває особливої актуальності в періоди економічної нестабільності, коли підприємства відчують суттєві ресурсні обмеження... Більшість підприємств запроваджують маркетингові інновації з метою збільшити чи утримати частку ринку» [2, с. 64].

Разом із тим, зазначимо, що для впровадження організаційних і маркетингових інновацій підприємствами оптової торгівлі державі необхідно вживати певних заходів, а саме: покращення інвестиційної привабливості територій держави через розробку та реалізацію заходів стратегій залучення інвестицій в межах програм соціально-економічного розвитку. Важливе місце тут може відводитися розробці інвестиційних карт, удосконаленню інституційного середовища акумулювання інвестицій та координації процесів розвитку підприємств оптової торгівлі.

Список використаних джерел

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2013 році / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 165 с.
2. Тараненко І.В. Маркетингові інновації: теоретико-методичні засади та досвід упровадження в країнах ЄС / І.В. Тараненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 58–65.
3. Трубей О.М. Інноваційний розвиток підприємств оптової торгівлі / О.М. Трубей // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2014. – Вип. 1. Том 10. – С. 205–210.

Бідюк А.М.,
*директор Центру бізнес-освіти
Інституту вищої кваліфікації КНТЕУ*

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В БІЗНЕС-ОСВІТІ

В умовах політичної й економічної кризи та ускладнення позицій середнього класу в Україні, сучасне бізнес-середовище створює нові реальності для маркетингу та інновацій в бізнес-освіті.

До факторів сьогоденного бізнес-середовища [1] можна віднести наступні: оцифровування, мережеві інформаційні технології; глобалізація; зростання конкуренції; конвергенція галузей; disintermediation (зменшення кількості посередників між виробником і споживачем); зростання поінформованості споживачів; участь споживачів у реалізації комплексу маркетингу; зростання опору споживачів агресивному маркетингу.

Університети та бізнес-школи намагаються реагувати на тенденції розвитку ділового середовища, однак зазвичай не встигають за швидким розвитком як інформаційних технологій, так і за трансформацією бізнес-процесів та корпоративної культури.

Зовнішні фактори бізнес-освітнього середовища зумовлюють відповідні реакції вузів:

1. Розвиток мережевих технологій передбачає зростання участі університетів у мережевих проектах, включаючи сервіси соціальних мереж, а також дистанційну форму навчання.

2. Глобалізація ринків, галузей і бізнес-процесів означає, що університет відстає, якщо не глобалізує свої бізнес-процеси.

3. В умовах глобалізації ринку освіти конкуренція набуває нових масштабів. Дуже багато інформації доступно онлайн. Тому університет має запропонувати свою унікальну інформацію і професійний досвід.

4. Конвергенція галузей означає, що, почавши роботу в одній галузі, випускник через деякий час може продовжити роботу в іншій. Враховуючи це, потрібно розширювати перелік навчальних курсів, у тому числі й дистанційних.

5. Все більше навчальних курсів переміщуються в онлайн, оминаючи стадію навчання в аудиторії. Однак значна частина студентів не хоче і не готова вчитися повністю самостійно і потребує деякої інтерпретації інформації, зовнішньої мотивації та соціалізації.

6. Зростання поінформованості споживачів означає для вузу необхідність бути присутнім в інформаційному полі потенціальних студентів. PR, брендинг, всі маркетингові комунікації вузу важливі і необхідні, оскільки освітня послуга – неявна, нематеріальна, на відміну від продукту. Для правильної сегментації ринків, для чіткого позиціонування і диференціації необхідно також чітко визначення своєї місії, цілей і стратегії.

7. Залучення споживача в процес формування портфеля освітніх програм – це зростання їх індивідуалізації та, відповідно, підвищення конкурентоспроможності.

8. Відмова споживачів реагувати на нав'язливий маркетинг означає, що маркетинг і просування продукту повинні бути професійними і креативними. Важливо не тільки виявити попит (споживчу цінність) і створити її, важливо її правильно «подати», не кажучи вже про те, що всі ці процеси взаємопов'язані у свідомості споживачів. Маркетинг в даному випадку розглядається не стільки як тактичний комплекс маркетингу, скільки як концепція роботи на ринку, що повертає всю організацію і бізнес-процеси лицем до ринку, попиту і споживача [2].

Український контекст освітніх інновацій відрізняється недосконалістю інфраструктури (у порівнянні з країнами Заходу) та консерватизмом. А реалізація бізнес-освітніх інновацій має враховувати фактор контексту, спираючись на розвиток інфраструктури як середовища здійснення інноваційної діяльності. Тому університетам та бізнес-школам є над чим думати і працювати, реалізуючи свої бізнес-освітні інновації.

Список використаних джерел

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management (14th Edition) Prentice Hall, 2012. – 816 p.
2. Алешина И.В. Маркетинг и контекстуальность бизнес-образовательных инноваций // Электронный научно-экономический журнал. – 2014. – № 2 «Стратегии бизнеса». – Режим доступа : <http://www.strategybusiness.ru>.

Білоус І.М.,

*к.ю.н., доцент кафедри психології, соціології та права
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

ПРОБЛЕМИ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВОГО ПОРЯДКУ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Значний вплив на економічну діяльність в Україні здійснює інтелектуальна власність. За таких умов об'єкти інтелектуальної власності, що представляють собою результати інтелектуальної праці – винаходи, технології, товарні знаки, тощо, які можуть генерувати значні прибутки при їх використанні, повинні бути взяті під щільну та ефективну охорону усіма способами, в тому числі кримінально-правовими.

Як і в багатьох державах, законодавство України встановлює кримінальну відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності.

Злочини в сфері охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності спрямовані проти інтелектуальної власності, тобто проти прав громадян на володіння, користування, розпорядження своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності, гарантованих ст. 41 Конституції України.

Високий рівень злочинності в сфері інтелектуальної власності призводить до заподіяння істотної шкоди вітчизняним та зарубіжним суб'єктам, ускладнює зовнішньоекономічні та зовнішньополітичні стосунки України.

Статті Кримінального кодексу України, що визначають відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності – 176 «Порушення авторського права і суміжних прав», 177 «Порушення прав на винахід, корисну модель, промисловий зразок, топографію інтегральної мікросхеми, сорт рослин, раціоналізаторську пропозицію» і 229 «Незаконне використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, кваліфікованого зазначення походження товару».

Кримінальним кодексом України встановлено кримінальну відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності у вигляді штрафу, позбавлення права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю, виправних робіт, конфіскації майна, обмеження або позбавлення волі на певний строк.

Однак статистика про порушені кримінальні провадження за вище вказані злочини, не показує повністю справжнього стану злочинності в сфері інтелектуальної власності, оскільки не всі злочини, що вчинені, а також особи, які їх вчинили, реєструються відповідними державними органами.

Реальний рівень злочинності визначається кількістю злочинів, що залишилося поза сферою застосування кримінального кодексу, і кількістю злочинців, яких не було притягнуто до кримінальної відповідальності.

До причин прихованої злочинності в сфері інтелектуальної власності можна віднести:

- потерпілі не повідомляють в правоохоронні органи про порушення своїх прав в сфері інтелектуальної власності (деякі автори не заперечують, щоб без їхнього дозволу розповсюджували їхні об'єкти інтелектуальної власності);

- факт злочину виявляється певною особою, але з різних причин не сприймається нею як злочин (наприклад, особа бачить продаж контрафактної продукції або сама її купує);

- це сукупність випадків, коли правоохоронний орган, маючи інформацію про вчинений злочин, не реєструє його і не ставить на облік з будь-яких причин.

В Україні здійснює заходи з попередження та розкриття злочинів, пов'язаних із порушенням прав інтелектуальної власності – Управління боротьби з правопорушеннями у сфері інтелектуальної власності та високих технологій Департаменту ДСБЕЗ МВС України, який організовує та контролює діяльність відповідних структурних підрозділів у всіх регіонах України.

Одна із найбільших проблем при розкритті злочинів, пов'язаних із порушенням прав інтелектуальної власності – це виявлення злочинця, оскільки найпоширеніший спосіб вчинення злочинів вказаної категорії, здійснюється через світову мережу Інтернет, й особа-злочинець може знаходитися в іншій країні.

На нашу думку, потрібна більш жорстка система захисту прав інтелектуальної власності, застосування якої має назавжди відбити у порушника бажання використати неправомірно твір чи об'єкт промислової власності. Оскільки вирoki судів за вказані злочини, позбавлення волі в Україні майже до винних не застосовується.

Білявська Ю.В.,
старш. викл. кафедри менеджменту КНТЕУ,
Білявський В.М.
доцент кафедри менеджменту ЗЕДП НАУ

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Щороку спостерігається тенденція розвитку науки щодо нових технологій виробництва, альтернативних джерел електроенергії проте багато із цих розробок так і не досягають споживача, для якого вони призначені. Водночас, вітчизняні підприємці у пошуках ефективних технологій виробництва часто звертаються до зарубіжних винахідників, не знайшовши відповідних технологій всередині країни. Проблемою незадоволеного попиту та недостатньої пропозиції є недосконала система обміну технологіями між учасниками інноваційного процесу. Тому виникає потреба аналізування діяльності

мереж трансферу технологій в Україні та розроблення ефективної системи їх взаємодії.

Інтелектуальні ресурси є головною рушійною силою розвитку економіки та суспільства. Серед основних видів трансферу технологій можна виділити такі, як передача патентів на винаходи, передача «ноу-хау», інжиніринг, інформаційний обмін через персональні контакти (на семінарах, симпозіумах, конференціях тощо), наукові дослідження та розробки під час програм обміну вченими та спеціалістами, а також організування спільного виробництва [1].

Значною проблемою для підприємств, які потребують трансферу технологій, часто є їх недостатня компетенція у питаннях купівлі технології, а для розробника – проблема збуту власного інтелектуального продукту. Як показує світова практика, процес трансферу технологій найоптимальніше можна організувати шляхом створення науково-виробничих і дослідницьких об'єднань та центрів, які надають широкий спектр послуг у сфері трансферу технологій. Зокрема, можливі такі послуги даних посередників, як створення технологій під замовлення, налагодження контактів між суб'єктами трансферу, збирання інформації та створення баз даних про попит і пропозицію на передачу технологій, охорона інтелектуальних прав і комерціалізація результатів наукових досліджень та розробок.

Саме такими посередниками є так звані Центри трансферу технологій, що являють собою організації зі середньою чисельністю працівників до 100 осіб, які часто працюють за принципом самофінансування та є структурними підрозділами у складі науково-дослідних державних установ, або ж здійснюють свою діяльність на комерційних засадах, незалежно від державних програм [1].

Зростання глобалізації економіки знань, як панівної світової тенденції, зумовлює необхідність проведення багатовекторної державної стратегії з метою побудови дієвої системи трансферу технологій та інновацій розвитку галузей економіки.

Дана стратегія має включати: дотримання балансу між стратегічними пріоритетами й проблемними галузями та технологічними змінами, що впливають з зростанням глобальної економіки знань; побудові динамічної інформаційної системи та сучасної інноваційної інфраструктури; мінімізації економічних ризиків залучення інвестицій до сфери високотехнологічного виробництва; поліпшення якісних показників освіти та досягти рівного доступу до неї.

Адже не випадково серед характеристик так званого індексу розвитку людського потенціалу, за якими ООН порівнює рівень

соціального та економічного розвитку різних країн, показник освітньо-наукової діяльності є одним із основних індикаторів в інтегрованій оцінці людського розвитку.

Безумовно, центральне місце в інноваційній системі займає підприємництво, яке формує попит на інноваційну продукцію, перетворює знання в інноваційний капітал. Тому, необхідно у повному обсязі використовувати світовий досвід застосування інноваційної моделі розвитку економіки, невід'ємним елементом якої є венчурне підприємництво. Створення індустрії венчурного фінансування, як складової частини господарського механізму, її розвитку відповідно до потреб інноваційного виробництва сприятиме не лише зменшенню негативних тенденцій стагнації економіки, а й сприятиме залученню інвестицій, що значно зміцнить економіку нашої країни та матиме позитивний вплив на розвиток її інноваційної діяльності [1].

Трансфер технологій є важливим фактором розвитку економіки країни, тому необхідно прикласти багато зусиль для того, щоб забезпечити оптимальний та ефективний процес його здійснення.

Список використаних джерел

1. Сучасний стан мереж трансферу технологій за кордоном та проблеми їх розвитку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10011/1/26.pdf>

Bokhan Alina

Ph. D (Economic Science)

Kyiv National University of Trade and Economics

MODERN ECOLOGICAL SECURITY IN ASSESSING GREEN INVESTMENT

Modern successful formation of ecological security depends on the effective combination of social, economic and financial resources for the development of society. A special role in this process belongs to the business and investment opportunities in the field of integration of various segments of national, international and global markets. The investment development of relations between the countries on environmental protection, ecological security and the formation of the international image is important in the development of society. Improvement of the world

market agents' rationality should be aimed at forestalling the emergence of new environmental threats and risks to humanity [1].

The discourse «Green economy» is a progressive approach to reorienting global growth on more sustainable pathways. The monitoring of ecological development is carried out by applying numerous specific indicators referring to particular spheres as well as applying aggregate indicators, or several subaggregate indicators. But the transition to a green economy will require significant public and private investment, as well as commitments from national leaders to promote the right mix of fiscal incentives to accelerate green growth and ecological security.

In this context, the *Global Green Economy Index* (GGEI) is a communications tool, to empower policy makers, international organizations and the private sector with a reference point for both national performance in the green economy and how experts rank that performance over time. The GGEI now covers 60 countries and 70 cities. It continues to track how investors rank the appeal of different markets as targets for green investment.

The performance index of the 2014 GGEI is defined by 32 underlying indicators and data bases consisting of one of the four main dimensions of: Leadership & Climate change (head of state, media coverage, international forums, climate change performance); Efficiency sectors (buildings, transport, tourism, energy); Markets & Investment (renewable energy investment, cleantech innovation, cleantech commercialization, green investment facilitation); Environment & Natural capital (agriculture, air quality, water, biodiversity, habitat, fisheries, forests). Each market is different with distinct investment opportunities, requiring a tailored approach to develop the right communications strategy. While the majority of the sub-categories in the GGEI are based on quantitative datasets – including renewable energy investment country attractiveness and cleantech innovation and commercialization – there is also a qualitative score for each country around its efforts to facilitate green investments. Understanding the areas evaluated in this sub-category can be a starting point to addressing some of the aforementioned information gaps [2].

The GGEI qualitative score assessing national performance at facilitating green investments is based on the five factors below:

- «Green focus» → The hierarchy of sectors and investment opportunities signals to the marketplace national priorities. By prominently displaying green business opportunities, countries signal that they are dedicated to developing them.

▪ «Presentation of related national initiatives» → This background plan further signals that nations are serious about pursuing green economic growth and supporting the businesses that enable it. It can also provide tangible resources for entrepreneurs who may be considering joint ventures in the market.

▪ «Market data provided» → Investors need data to evaluate investments and having these relevant data clearly displayed shows transparency and a willingness to support investors with tangible tools as they evaluate their options.

▪ «Interactive & social media outreach» → When approached strategically, digital and social platforms enable cross border communications and information exchange in new and useful ways. Agencies that use these tools properly can advance their attractiveness as a green investment target and ecological security.

▪ «People» → Despite the power of digital these days, people still matter a lot. Linking individuals to different green market segments offers investors comfort that they can follow up with a person to discuss more nuanced questions.

New investment opportunities in the market should ensure economic progress of mankind, increase ecological security and global development of society.

References

1. Bokhan, A. (2014). Projection of environmental security in the process of business internationalization. *Economic Annals-XXI*, 11–12. P. 28–31. Retrieved from <http://www.ceeol.com>.
2. The Global Green Economy Index GGEI 2014. Measuring National Performance in the Green Economy. Retrieved from <http://www.dualcitizeninc.com>.

Буга Н.Ю.,

к.е.н., доцент Первомайського політехнічного інституту

ЕКОБІОТЕХНОЛОГІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах в Україні існують величезні можливості для використання інноваційних технологій в аграрному секторі. Це обумовлено низьким рівнем впровадження досягнень біотехнологічних наук, низькою продуктивністю у порівнянні з виробничими системами світових лідерів, а також наявністю великих площ,

виділених під сільськогосподарські культури. Запровадження біотехнології становить значний потенціал для всіх сфер аграрного сектора економіки і може забезпечити швидкий технологічний та продуктивний поступ, якщо фермерам буде надано доступ до таких технологій. Використання біотехнологій в аграрному виробництві сприятиме вирішенню й екологічних проблем, пов'язаних зі зниженням родючості ґрунтів, їх техногенним забрудненням, засоленням [1, 74].

Дружнім до навколишнього середовища вважається сучасний напрям біотехнології – екологічна біотехнологія. Мета екобіотехнології знешкодити наслідки негативного впливу людини на навколишнє середовище та забезпечити людству високу якість проживання в екологічно чистих екосистемах. Для цього розробляються і застосовуються такі вже досить розвинені технології та методи, як біологічна очистка стічних вод, переробка органічних відходів, біологічна дезодорація газів, а також порівняно нові методи очищення забруднених ґрунтів (біоремедіація ґрунтів), донного мулу, опадів, водойм, відновлення родючості земель, поверхнево-активних речовин, запобігання корозії [2,5].

Так, в США, Франції, Німеччині, Австрії та інших економічно розвинених країнах, на основі результатів досліджень екобіотехнологій, популярним є біологічне ведення сільського господарства, суть якого зводиться до того, щоб «годувати ґрунт, а не рослини» для максимального зниження негативних наслідків виснаження і деградації земель.

Проте для українського аграрного сектору деякі методи та прийоми є взагалі новими, а деякі залишаються без належної уваги в контексті практичного застосування. Хоча на думку автора праці [3] Україна володіє достатнім науковим потенціалом і відповідними знаннями в цій галузі.

Тому для забезпечення ефективності впровадження екобіотехнологій в аграрний сектор України необхідно розробити відповідну державну політику щодо формування сприятливого інноваційного клімату, яка має передбачати: впровадження стимулюючого податкового режиму для наукових установ, які ведуть дослідження, а також підприємств, що впроваджують екобіотехнології, запровадження державного страхування кредитів для біотехнологічних проектів та надання державних гарантій комерційним банкам щодо кредитів, які спрямовуються на біотехнологічні проекти, розвиток венчурного інвестування біотехнологій, надання кредитних пільг та відшкодувань витрат особам, які здійснюють за власний кошт впровадження

екобіотехнологічного агровиробництва, стимулювання землевласників щодо застосування екобіотехнологій. Також вважається важливим формування інфраструктури з розвитку та популяризації біотехнологічних розробок (досвід можна запозичити у Польській федерації біотехнології (PFB), цілями якої є сприяння інноваціям, стимулювання їх реалізації, запуск і підтримка співпраці між наукою і промисловістю, шляхом консультацій, експертиз, організації симпозіумів, навчальної, видавничої діяльності) [4].

Зважаючи на складність економічної ситуації в країні, в першу чергу, слід привести законодавство у відповідність до вимог Європейської спільноти, завершити процес його гармонізації, що дозволить створити правове поле для входження України у Євросоюз.

Список використаних джерел

1. Інноваційні трансформації аграрного сектора економіки: монографія / [О.В. Шубравська, Л.В. Молдован, Б.Й. Пасхавер та ін.]; за ред. О.В. Шубравської ; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2012. – 496 с.
2. Кузнецов А.Е. Прикладная экобиотехнология : учеб. пособие : в 2 т. / А.Е. Кузнецов – 2-е изд. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний 2012. – 629 с.
3. Комісаренко С.В. Стан та перспективи розвитку біотехнології в Україні / С.В. Комісаренко // Наука та наукознавство: Міжнародний науковий журнал. – 2006 . – № 3 . – С. 68–70.
4. Polska Federacja Biotechnologii. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pfb.info.pl/>

Булат Є.А.

*к. юр. н., доцент кафедри цивільно-правових дисциплін
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ,
патентний повірений*

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОХОРОНИ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

На сучасному етапі існування ефективної системи охорони інтелектуальної власності є запорукою економічного і соціального зростання будь-якої країни. 15 жовтня 2014 р. відбулися слухання в Комітеті Верховної Ради України з питань науки і освіти

«Інтелектуальна власність в Україні. Стан і концептуальні принципи розвитку». Серед інших актуальних питань, пов'язаних з охороною інтелектуальної власності, розглядалося також питання про необхідність внесення на розгляд Верховної Ради України законопроекту про охорону комп'ютерних програм.

Відповідно до статті 4 Договору Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право 1996 р., комп'ютерні програми охороняються як літературні твори в розумінні статті 2 Бернської конвенції про охорону літературних і художніх творів. Така охорона застосовується до комп'ютерних програм незалежно від способу або форми їх вираження [1]. В Україні правове регулювання комп'ютерних програм відбувається згідно з Цивільним кодексом, Законом України «Про авторське право і суміжні права», а також іншими нормативно-правовими актами.

Згідно з діючим законодавством, зокрема, Законом України «Про авторське право і суміжні права» комп'ютерні програми охороняються як літературні твори. Така охорона поширюється на комп'ютерні програми незалежно від способу чи форми їх вираження.

Але, при такому правовому режимі комп'ютерної програми як об'єкта авторського права, поза охороною залишається сутність комп'ютерної програми, її базовий структурний елемент, що визначає ефективність роботи програми. І на сучасному етапі це є найбільш слабким місцем у авторсько-правовій охороні комп'ютерної програми, оскільки авторське право, у даному випадку, охороняє, по суті, оригінальну форму створеної комп'ютерної програми, не надаючи надійної правової охорони її змісту. Надання належної правової охорони змісту комп'ютерної програми як об'єкту права інтелектуальної власності на законодавчому рівні дозволить не тільки забезпечити права розробників комп'ютерних програм, але також захистити контент відповідних програмних продуктів від подальших порушень з боку третіх осіб.

Спроби пошуку оптимального варіанту щодо визначення правової охорони змісту комп'ютерних програм тривають не один десяток років. Так, наприклад, у Сполучених Штатах Америки, зважаючи на високий рівень розробки численних програмних продуктів поряд з авторсько-правовою охороною комп'ютерних програм також існує і патентно-правова охорона. За статистичними даними, приблизно 30 тисяч патентів, виданих у різні роки Європейським патентним відомством, відносяться до комп'ютерних програм [2, с.75].

Ч 3. ст. 6 Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» прямо не зазначено про патентоздатність комп'ютерних програм, що дає сподівання на певні можливості щодо часткового врегулювання цього питання нормами патентного права і в Україні. Одночасно доцільно пам'ятати, що за своєю сутністю комп'ютерна програма являє собою достатньо комплексний об'єкт, який складається, принаймні, з декількох творів – аудіовізуального, мультимедійного, музичного, технологічного, тощо. І саме наявність таких складових свідчить про особливу комерційну цінність і необхідність правової охорони комп'ютерної програми як об'єкта права інтелектуальної власності.

Таким чином, слід відзначити, що питання правової охорони змісту комп'ютерної програми в Україні і досі залишається невирішеним. І сьогодні існує нагальна необхідність удосконалення діючого законодавства щодо охорони змісту комп'ютерної програми. Це дозволить не тільки запобігти численним порушень з боку третіх осіб щодо незаконного використання комп'ютерних програм, але також забезпечити законні права і інтереси їх розробників.

Список використаних джерел

1. Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право, прийнятий Дипломатичною конференцією 20 грудня 1996 року та положення Бернської конвенції (1971 р.), на які містяться посилання у Договорі (Договір ВОІВ про авторське право) (1996) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_770.
2. Боровская Е. А. Правовая охрана компьютерных программ и баз данных / Е.А. Боровская, С.Л. Ермакович, В.И. Кудашов и др. – Минск : ТОППРИНТ, 2010. – 246 с.

Бут С.Ю.,

асистент кафедри менеджменту КНТЕУ

РИЗИКИ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ПРИЧИНИ ЇХ ВИНИКНЕННЯ

Інноваційна діяльність без ризику не буває, але він обов'язково повинен максимально прораховуватися. Інноваційні ризики – це ймовірність неотримання визначеного результату під час здійснення заходу при використанні всього організаційно-технічного і наукового потенціалу організації.

Високий ризик супроводжується, як правило, і високою його компенсацією: можлива норма прибутку від впровадження інноваційних проектів набагато вище звичайної, одержуваної при здійсненні інших видів підприємницької діяльності. Саме це і дозволяє інноваційній сфері існувати і розвиватися. Ризик інноваційної діяльності тим вище, чим більше локалізований інноваційний проект; якщо ж таких проектів багато і вони в галузевому плані розосереджені, відповідно до закону великих чисел ризик мінімізується і ймовірність успіху інноваційного проекту зростає. При цьому прибуток від реалізації успішних інноваційних проектів настільки великий, що перекидає витрати по всіх інших невдалих розробках.

В цілому ризик, що виникає в інноваційній діяльності, включає наступні види ризиків: ризики помилкового вибору інноваційного проекту; ризики незабезпечення інноваційного проекту достатнім рівнем фінансування; маркетингові ризики поточного постачання ресурсами; маркетингові ризики збуту результатів інноваційного проекту; ризики невиконання господарських договорів (контрактів); ризики виникнення непередбачених витрат і зниження доходів; ризики посилення конкуренції; ризики, пов'язані з недостатнім рівнем кадрового забезпечення; ризики, пов'язані із забезпеченням прав власності на інноваційний проект та ін. Розглянемо причини їх виникнення.

Однією з причин виникнення ризику помилкового вибору інноваційного проекту є необґрунтоване визначення пріоритетів економічної і ринкової стратегії підприємницької фірми, а також відповідних пріоритетів різних видів інновацій, здатних внести внесок у досягнення цілей підприємства.

Фахівці, також, можуть помилитися в оцінці сучасного фінансового стану підприємства і його перспектив на ринку. Становище підприємства може виявитися таким, що поставлені в інноваційному проекті цілі необхідно буде переглядати. Однак підприємством вже можуть бути зроблені певні витрати для здійснення первісної мети проекту, та при зміні характеру інноваційного проекту ці витрати виявляться зайвими, і крім цього, виникне потреба в додаткових, які раніше не передбачалися витратах.

Ризики незабезпечення інноваційного проекту достатнім рівнем фінансування включають в себе: ризик неотримання коштів, необхідних для розробки інноваційного проекту; ризик неотримання фінансових коштів в результаті неправильно обраного методу фінансування.

На ринку інновацій, як правило, діє багато фірм, що є причиною виникнення ризиків через посилення конкуренції інноваційних підприємств, науково-дослідних організацій. Причинами виникнення даного виду ризику можуть бути наступні: витік конфіденційної інформації; недосконалість маркетингової політики; уповільнене впровадження нововведень у порівнянні з конкурентами та ін..

Наступна група ризиків, що виникають в процесі інноваційної діяльності, – це маркетингові ризики, пов'язані з постачанням і збутом. У деяких випадках, для реалізації інноваційного проекту, потрібні унікальне обладнання або високоякісні комплектуючі або матеріали, які також вимагають розробки та освоєння. Тому, перед підприємством, постає проблема пошуку постачальників, здатних розробити подібні унікальні ресурси для інноваційного проекту.

Крім розглянутих вище видів ризиків на діяльність інноваційних підприємств впливають ризики, характерні для всіх підприємницьких організацій: політичні, кредитні, інвестиційні та ін.

Список використаних джерел

1. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / Б. Ф. Заблоцький. – Львів : Новий світ, 2000, 2007. – 456 с.
2. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК), 4-е изд. – Project Management Institute. Inc., 2010. – 241 с.

Вавдійчик І.М.,

асистент кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ТОРГОВИХ МАЙДАНЧИКІВ ПРИ ВИБОРІ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ТОВАРНИХ РЕСУРСІВ

В сучасних умовах підприємства роздрібної торгівлі функціонують у конкурентному середовищі, яке характеризується негативним впливом ряду чинників. В таких умовах важливою умовою успішного функціонування підприємства торгівлі, отримання ним конкурентних переваг та забезпечення сталого економічного зростання, вимагає використання інноваційних технологій.

У торговельній галузі активно впроваджуються різноманітні інформаційні, технічні, технологічні та управлінські інновації, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний бізнес. Активно розвиваються нові форми торгівлі (електронна торгівля, торгівля по телефону, по каталогах і т.д), впроваджуються електронні засоби супроводу товарів, штрихового кодування товарів і т.д. [1, с.73].

Підвищенню ефективності та прозорості закупівельних операцій підприємств торгівлі сприятиме використання сучасних засобів електронної комерції – електронних торгових майданчиків (ЕТМ). За твердженням А. Апопія електронний торговий майданчик – це ринковий кібернетичний простір для здійснення комерційних операцій в режимі on-line, пов'язаних з оптовими закупівлями і оптовими продажами товарів, робіт, послуг [2, с. 407].

Великі українські компанії, в тому числі в сфері ритейлу поступово, слідом за місцевими операторами світових лідерів, наприклад компанії «МЕТРО кеш енд Кері Україна», усвідомлюють необхідність впровадження електронних закупівель як інноваційної технології формування товарних ресурсів. Використання електронних торгових майданчиків (ЕТМ) дозволяє підприємствам торгівлі вивести бізнес-процес формування товарних ресурсів та закупівлі товарів на якісно новий рівень, контролювати закупівлі та витрати, оптимізувати витрачання часу, забезпечити необхідну прозорість закупівельного процесу, уникнення корупції та зловживань. Виокремлюються два типи ЕТМ: незалежні та внутрішньо корпоративні [3]. При використанні незалежного ЕТМ підприємство торгівлі, яке бажає здійснити закупівлю, розміщує на ЕТМ умови закупівлі (товарну групу чи найменування товару, обсяг, фінансові, транспортні умови тощо. Система з наявної бази даних підбирає відповідних зареєстрованих постачальників та відправляє їм запит на участь в конкурсі закупівлі. Постачальники, які бажають взяти участь у конкурсі, виставляють свою пропозицію з вказаною ціною та іншими умовами поставки. Фахівці підприємства торгівлі чи фахівці ЕТМ (за договором) аналізують пропозиції постачальників, їх активність і рейтинги в системі, вибирають переможця торгів і укладають з ним угоду закупівлі. Наявність великої кількості закупівельників і постачальників в системі розширює перелік потенційних партнерів і дає додаткову економію часу, оскільки про закупівлі в найкоротші терміни дізнається найбільш широке коло компаній. Корпоративні ЕТМ є більш дороговартісним інструментом, оскільки вони створюються під потреби конкретного підприємства торгівлі.

Перевагою є максимальне врахування специфіки його діяльності та бізнес-процесу закупівлі, можливість використання індивідуальних вимог, що обумовлює можливість більш об'єктивного вибору постачальника за рахунок використання наукових методів вибору. Таким чином, найбільш ефективним, на наш погляд, варіантом для малого і середнього торговельного бізнесу є використання незалежних ЕТМ, для великих підприємств торгівлі – впровадження гібридної моделі. Сучасні підприємства роздрібної торгівлі, особливо великих форматів, активно впроваджують інноваційні технології ведення бізнесу. Таким чином, ЕТМ належать до числа інноваційних (для України) та перспективних (з точки зору наявного потенціалу) інструментів удосконалення закупівельної діяльності та формування товарних ресурсів підприємствами торгівлі, що сприяють покращенню результатів їх господарсько-фінансової діяльності в цілому.

Список використаних джерел

1. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія / [Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський та ін.] ; за ред. Л.О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 334 с.
2. Комерційна діяльність : підручник / за ред. В.В. Апопія. – Вид. 2-ге, переробл. і допов. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
3. Огляд ринку електронних торговельних майданчиків у Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://groshi-v-kredit.org.ua/ohlyad-rynku-elektronnyh-torhovelnyh-majdanchykyv-ukrajini.html>>

Височин І.В.,

д.е.н., зав. кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Одним із шляхів подолання кризових процесів в освітній галузі вбачається забезпечення інноваційного характеру професійної освіти, не в останню чергу за рахунок створення навчально-науково-виробничих комплексів, об'єднань, інноваційних парків, бізнес-інкубаторів при кожному успішному вищому навчальному закладі (далі – ВНЗ), надання таким закладам державної підтримки.

Проведені узагальнення [1, с. 138] дозволили виокремити п'ять груп елементів інноваційної інфраструктури вищих навчальних закладів, а саме: *центри* (центри трансферу технологій, наукові-освітні центри, центри інноваційного консалтингу, бізнес-центри, наукові центри тощо); *відділи* (відділи аспірантури і докторантури, відділи інноваційного розвитку тощо); *інститути* (науково-дослідні інститути, інститути інноваційних технологій тощо); *науково-виробничі комплекси* (лабораторії, технопарки, бізнес-інкубатори, експериментальні майданчики і дослідні виробництва тощо); *інші елементи* (наукові школи, тимчасові творчі колективи, органи сертифікації, фонди підтримки інноваційних проектів тощо).

Розглянемо елементи інноваційної інфраструктури, які набули найбільшого поширення серед вітчизняних вищих навчальних закладів.

У відповідності до ст. 1 Закону України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» ***технологічний парк (технопарк)*** визначено як юридичну особу або групу юридичних осіб (далі – учасники технологічного парку), що діють відповідно до договору про спільну діяльність без створення юридичної особи та без об'єднання вкладів з метою створення організаційних засад виконання проектів технологічних парків з виробничого впровадження наукоємних розробок, високих технологій та забезпечення промислового випуску конкурентоспроможної на світовому ринку продукції [2].

Деякі дослідники крім власне технопарків виділяють також їх підвиди [3]: технологічні інкубатори, наукові/дослідницькі парки, технологічні ареали.

Класичні ***бізнес-інкубатори*** являють собою структури, що допомагають новим компаніям на етапі їх становлення. Вони надають дрібним фірмам-початківцям приміщення, інфраструктуру і визначений набір послуг, які можуть розширити їх можливості у розгортанні та організації роботи на початковому етапі розвитку.

Функціонування ***центру трансферу технологій*** має на меті впровадження сучасних комерційно-перспективних наукових, науково-технічних, науково-практичних розробок науково-педагогічного персоналу, аспірантів, докторантів та студентів ВНЗ у виробництво і соціальну сферу на основі ефективного використання наукового потенціалу та отримання прибутку від комерціалізації цих розробок.

Науково-дослідні лабораторії – лабораторії для проведення експериментів і наукових досліджень вченими та дослідниками.

Основними завданнями діяльності науково-дослідних лабораторій є об'єднання інтелектуальних, фінансових та матеріально-технічних ресурсів при виконанні наукових досліджень; впровадження результатів наукових досліджень у виробництво та в освітній процес; кадрове, матеріально-технічне, правове та інформаційне забезпечення виконання наукових досліджень; оприлюднення результатів наукових досліджень (крім випадків, які пов'язані з дотриманням умов конфіденційності) на конференціях, семінарах та у наукових виданнях; розвиток кадрового потенціалу університету та відповідних наукових шкіл.

Науково-дослідний інститут (НДІ) – установа, що займається дослідженнями у галузі науки і техніки, розробкою науково-дослідних або дослідно-конструкторських робіт.

Отже, вибір інноваційно-орієнтованого шляху розвитку здатний забезпечити ВНЗ високу якість підготовки фахівців і підвищити рівень інтеграції ринку освітніх послуг у ринок праці.

Список використаних джерел

1. Гребенюк И.И. Анализ инновационной деятельности ВУЗов России / И.И. Гребенюк, К.О. Чехов // Успехи современного естествознания. – 2012. – № 7. – С. 137–139.
2. Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків : Закон України № 991-XIV від 16.07.1999. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/991-14>
3. Гребенюк И.И. Анализ инновационной деятельности высших учебных заведений России : монография / [И.И. Гребенюк, В.А. Кожин, К.О. Чехов и др.] ; Под. ред. И. И. Гребенюк. – М. : Издательство «Академия Естествознания», 2012. – 464 с.

Волосович С.В.,
д.е.н., професор кафедри фінансів КНТЕУ

КЛАСТЕРНІ ІНІЦІАТИВИ У СИСТЕМІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Високорозвинені країни для пришвидшення економічного зростання використовують кластерний підхід, і не лише у промисловості, а у фінансовій сфері. Кластер визначають як групу організацій (компаній, підприємств, об'єктів інфраструктури, науково-

дослідних інститутів, вузів тощо), пов'язаних відносинами територіальної близькості й функціональної залежності сфері виробництва продукції, її реалізації й споживання ресурсів [3, с. 278].

Україну відносять до групи транзитивних країн, виробництву яких притаманні низькотехнологічні засоби та низький рівень продуктивності праці. У цьому контексті слід зазначити, що у 2013-2014 рр. Україна посіла 106 місце серед 144 країн за наявністю новітніх технологій. Гірший показник мають 42 країн [1]. Разом з тим у 2012-2013 рр. вона посідала 71 місце у світі за індексом інноваційності економіки (низька насиченість новітніми технологіями, незадовільний стан залученого обсягу і якості прямих іноземних інвестицій) [5]. За таких умов кластерні ініціативи сприятимуть не лише розвитку ринку фінансових послуг, а й сталому розвитку національної економіки в цілому.

Серед кластерних груп деякі фахівці пропонують виокремлювати «креативні», до яких належать фінансові послуги. Ці кластерні групи суттєво впливають на економічний добробут [4].

Застосування моделі фінансового кластеру в Україні дасть можливість створити умови для продуктивної співпраці [2] між оферентами фінансових послуг, суб'єктами інфраструктури та між ними та державою та наукою і освітою. Функціонування фінансових кластерів в Україні створить сприятливі умови для окремих регіонів та національної економіки загалом.

Учасниками фінансового кластера мають стати:

- установи, що надають фінансові послуги (банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, факторингові компанії та ін.). При цьому «ядро» кластера мають становити банки;

- установи та організації, що обслуговують процес надання фінансових послуг (страхові компанії, бюро кредитних історій, гаранті, колекторські компанії, іпотечні центри, оцінювачі, нотаріуси, ріелтори, бізнес-інкубатори, технопарки, венчурні фонди, центри трансферу технологій, центри та агентства з розвитку підприємництва, гарантійні фонди, фонди порук та ін.);

- науково-дослідні та освітні установи, в межах яких здійснююся підготовка та перепідготовка кадрів, підвищення кваліфікації, виконуються науково-дослідні роботи. Це створює підґрунтя для поєднання зусиль теорії та практики. Освітні установи здійснюють підготовку та перепідготовку за замовленням бізнесу. З іншого боку, наукові установи виконують науково-дослідні роботи, що необхідні учасникам ринку фінансових послуг;

- урядові і інші законодавчі структури, що впливають на поведінку учасників кластера (формуєчі правила, норми, стимули, від яких

залежить характер і інтенсивність місцевої конкуренції). Водночас можлива й часткова фінансова підтримка кластера на етапі його створення з боку держави.

Для ефективного функціонування фінансового кластера необхідна розробка стратегії його розвитку. Стратегія розвитку фінансового кластера є комплексним поняттям, в межах якої виокремлюють чотири складові – об’єктну, процесну, проектну стратегії та стратегію середовища.

Список використаних джерел

1. Аналіз індексу конкурентоспроможності України в 2013-2014 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksu-konkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>
2. Зарічна Н. Міжнародний досвід створення та розвитку фінансових кластерів [Електронний ресурс] / Н. Зарічна // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 1 (6). – С. 59-65. – Режим доступу : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12_zn_zrfk.pdf.
3. Краус Н.М. Кластерна стратегія інноваційного розвитку економіки на мікрорівні: регіональний аспект / Н.М. Краус, Ю.М. Бібенко // Вісн. Хмельн. нац. у-ту. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 1. – С. 277–280.
4. Куценко Е.С. Кластерный подход к развитию инновационной экономики : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Е.С. Куценко. – М., 2012. – 24 с.
5. Місце України за Глобальним індексом конкурентоспроможності у 2012–2013 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uinte1.kiev.ua/viewpage.php?page_id=492

Волошенюк В.В.,
доцент кафедри

економічної теорії та конкурентної політики КНТЕУ

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТИВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

З позиції фінансування інноваційної діяльності в Україні окремої уваги заслуговує питання розвитку венчурного інвестування. Відомо, що, зокрема, в країнах Європи і США венчурний капітал –

один з найважливіших інструментів фінансування науково-дослідних робіт і розвитку високих технологій, підтримки малого і середнього бізнесу. На жаль, роль венчурних інвестицій у інноваційних сферах в Україні залишається незначною.

Основна причина активності держави у сфері венчурного інвестування пов'язана з усвідомленням тих важливих функцій, які венчурний капітал може ефективно виконувати в ринковій економіці. У сучасних умовах головним джерелом конкурентних переваг окремих учасників ринку стає здатність здійснювати нововведення, а на рівні економіки в цілому – стимули до інвестування в інноваційний розвиток.

З одного боку це сприяння освоєнню нових передових науково-технічних розробок для створення конкурентоздатних високотехнологічних продуктів і технологій, а з іншого – це створення нових робочих місць у малому бізнесі з метою зниження загального рівня безробіття. Вважається, що для держави має сенс активно сприяти розвитку венчурного бізнесу, оскільки вигоди, які отримує суспільство від програм підтримки венчурного капіталу, не обмежуються тільки прибутками, які отримують учасники венчурних фондів. Інвестиційні проекти, направлені на підтримку малих компаній, сприяють створенню нових робочих місць, нових технологій, що мають важливе стратегічне значення для довгострокового зростання національної економіки.

Слід зазначити, що ефективність діяльності венчурних фондів прямо залежить від державної підтримки. В країнах Західної Європи успішно використовуються як прямі, так і непрямі заходи державного стимулювання розвитку індустрії венчурного інвестування.

Прямі заходи підтримки венчурного капіталу спрямовані на створення конкретних механізмів державної підтримки з метою збільшення пропозиції венчурного капіталу, а саме: прямі фінансові стимули, державні кредити та ризиковані (венчурні) державні інвестиції в акціонерний капітал. Такі інструменти можуть використовуватися для підтримки як венчурних фондів, так і безпосередньо малих і середніх підприємств, що отримують венчурне інвестування.

Непрямі заходи передбачають створення умов для розвитку підприємництва в країні; розвиток фондових ринків для малого бізнесу, що розвивається; розширення спектру пропонованих фінансовими інститутами продуктів; розвиток довгострокових джерел капіталу; спрощення процедури формування фондів венчурного капіталу; стимулювання взаємодії між великими і малими підприємствами й фінансовими інститутами.

Венчурні фонди виступають потужним інструментом інноваційного розвитку України і вирізняються серед інших інвестиційних інститутів найбільш широкими інвестиційними можливостями.

До складу активів венчурного фонду можуть входити боргові зобов'язання. Такі зобов'язання можуть бути оформлені векселями, заставними, договорами позики та в інший спосіб, не заборонений законодавством України. Позики за рахунок коштів венчурного фонду можуть надаватися тільки юридичним особам, учасником яких є такий венчурний фонд.

У зведеному портфелі венчурних ІСІ на кінець 2014 року доля цінних паперів склала 25.26 % (переважають цінні папери підприємств галузей фінансів, споживчих товарів та промисловості), грошових коштів та банківських депозитів – 1,28%, нерухомість – 2.32% та інші активи – 71,14 % (до інших активів належить дебіторська заборгованість, корпоративні права, виражені в інших, ніж цінні папери формах, а також позики компаніям, у яких венчурні ІСІ володіють часткою в капіталі).

Особливості венчурного інвестування інноваційної діяльності полягають в тому, що венчурні фонди позбавлені такої характерної для західного венчурного капіталу риси, як інновації в якості об'єкта фінансування, і, відповідно, уже не є інструментом «надризикованого» капіталовкладення. Оскільки венчурні фонди найменш піддаються державному регулюванню й обмеженням по диверсифікації, із усіх представлених інститутів спільного інвестування вони є найменш відкритими і прозорими механізмами вкладення коштів для своїх учасників.

Список використаних джерел

1. Аналітичний огляд ІСІ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uaib.com.ua/analituaib/publ_ici_quart.

Волынец Т.Г.,
*аспірант Херсонського
національного технічного університету*

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ОЦЕНКИ ПРИОРИТЕТНОСТИ УСЛУГ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Эффективность ведения туристического бизнеса в значительной степени определяется привлекательностью туристического продукта, которая при своей оценке носит субъективный характер, основанный на количественных индивидуальных предпочтениях к содержанию и

условиям туристических путешествий и отзывах определенной группы потребителей. Сегодня для повышения эффективности функционирования туристических предприятий настоятельно требуется определение основных взглядов на управление и регулирование туристической привлекательности.

Анализ публикаций по обозначенной проблеме показывает, что в оценке туристической привлекательности не всегда присутствуют количественные значения и в основном руководствуются качественными и эмоциональными восприятиями [1-4].

Целью работы является выявление туристических предпочтений в оценке потребителей туристического продукта и направленности на их улучшение характеристик туристического продукта.

Формирование туристических продуктов в условиях динамических изменений внешней среды характеризуется неопределенностью и неоднозначностью потребительских предпочтений. Если влияние таких внешних факторов как колебание доходов населения, непредсказуемость валютного курса, политическая нестабильность и неустойчивость бизнеса не поддаются регулированию, то внутренние факторы такие как количество предлагаемых экскурсий, продолжительность экскурсий, комфортность обслуживания, ценовые характеристики вполне можно считать регулируемыми.

В работе для качественной оценки влияния каждого фактора предлагается использовать лингвистические оценки теории нечетких множеств.

Регулирование туристической привлекательности при разработке стратегии устойчивого развития туристических предприятий в настоящей работе производилось на базе нечеткого управления – специального раздела теории управления, алгоритм которой согласно установившейся терминологии допускают непрерывное множество значений истинности. Процедура установления истинности значения является нечетким выводом.

Система нечеткого логического вывода преобразует значения входных переменных, определяющих факторы организационного, внешнего и внутреннего характера в выходную переменную, характеризующую туристическую привлекательность в целом. Фиксированное значение, которое может принимать лингвистическая переменная, является лингвистическим термом. В качестве термножеств входных лингвистических переменных использовано множество T_1 {«низкая», «средняя», «высокая»}. В качестве термножества выходной лингвистической переменной туристической привлекательности использовано множество T_2 {«очень низкая», «низкая», «средняя», «высокая», «очень высокая»}.

Производственной задачей управления туристической деятельностью является достижение последующего более высокого уровня туристической привлекательности за счет повышения некоторых основных определяющих показателей. В системе нечеткого логического вывода верхние границы до которых следует поднять значения этих показателей определяются уровнем соответствующих термов.

Использование предложенного метода имеет практическое значение, т.к. обеспечивает высокий уровень точности и адекватности полученных результатов и позволяет дать количественное обоснование мероприятиям по улучшению туристической привлекательности, выбрать из них наиболее результативные и оптимизировать направления инвестиций по вариантам улучшения производственной деятельности.

Список використаних джерел

1. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М.П. Бондаренко // Економіка та прогнозування. – 2011. – № 1. – С. 104–109.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Кифяк // Чернівці. Книги ХХІ, 2003. – 298с.
3. Шарко М.В. Методологические подходы к трансформации оценок туристической привлекательности регионов в стратегические управленческие решения / М.В. Шарко, Н.М. Донева // Актуальные проблемы экономики, 2014. – № 8 (158). – С. 224–229.
4. Шульгіна Л.М. Інноваційні технології вибору концепції маркетингу туристичного підприємства / Л.М. Шульгіна // Проблеми науки. – 2011. – № 10. – С.33–39.

Ганечко І.Г.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки
та фінансів підприємства КНТЕУ*

Афанасьєв К.М.,

*к.е.н., старш. викл. кафедри економіки
та фінансів підприємства КНТЕУ*

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙ: ЗМІСТ ТА ЕТАПИ ПРОЦЕСУ

Питання розробки та використання механізму комерціалізації інноваційних проектів є досить актуальним для підприємств, результатом діяльності яких є інноваційна продукція.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені (вдосконалені) конкурентоздатні технології,

продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва, соціальної сфери [1]. Тобто, інновація розглядається як певна категорія, яка характеризується абсолютною цінністю, при цьому комерційний ефект нововведення не визначається. На питання: чи має певна інновація практичну цінність, повинен відповісти ринок. В такому випадку, говорять про комерціалізацію інновацій.

Поняття комерціалізації найчастіше використовується в тому випадку, коли мова йде про торгівлю, купівлю чи продаж. Згідно економічного тлумачного словника, комерціалізація у вузькому розумінні – це торгівля; а в широкому значенні – діяльність, спрямована на одержання прибутку (зиску) [2].

Вважаємо доцільним розглядати комерціалізацію як процес, який передбачає комплексні та послідовні дії, спрямовані на певний результат – виведення на ринок нових видів товарів і послуг з метою отримання прибутку та його зростання. В процесі комерціалізації відбувається не тільки трансформація результатів інноваційної діяльності в продукти чи послуги, а й підтверджується їх затребуваність на ринку та перспективність.

Комерціалізація інноваційних проектів представляє собою процес та сукупність дій, які спрямовані на трансформацію наукових досягнень в ході інноваційної діяльності в нові товари та послуги на ринку. При цьому комерціалізація передбачає обмін, за яким споживач (покупець) виплачує власнику наукової продукції винагороду у формі та в сумі, яка визначається договором. Для різних інноваційних проектів процес комерціалізації результатів діяльності може мати свою специфіку. В науковій літературі розглядаються етапи комерціалізації окремо для інтелектуальної власності, трансферу технологій, інноваційної продукції.

В найбільш узагальненому вигляді етапи комерціалізації інновацій можна розглянути крізь призму циклу Шухарта-Демінга (PDCA) [3]. Відповідно до даного циклу – планує, дій, контролює, впливай – комерціалізація проектів включає наступні етапи:

1. Планування та проведення маркетингу інновацій, проектування, оцінка ризиків, формування інноваційного бюджету, програми інноваційного розвитку та дорожніх карт інноваційного розвитку.

2. Виробництво та реалізація інноваційної продукції (послуг), отримання економічної вигоди (прибутку), розподіл та захист прав на інтелектуальну власність.

3. Оцінка ефективності інновацій, проведення поточного моніторингу, формування звітів щодо реалізації окремих проектів.

4. Коригування статей бюджету, актуалізація програми інноваційного розвитку та дорожніх карт.

Грунтовно розроблена та ефективно функціонуюча система комерціалізації інновацій є важливою передумовою для розвитку інноваційної діяльності підприємства та отримання прибутку суб'єктами інноваційної діяльності по зворотному ланцюгу від виробника до правовласника та розробника.

Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 266.
2. Алексеєнко Л.М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів (українсько-англійсько-російський) / Л.М. Алексеєнко, В.М. Олексієнко. – Т. : Астон, 2003. – 672 с.
3. Адлер Ю.П., Хунузиди Е.И., Шпер В.Л. Методы постоянного совершенствования сквозь призму цикла Шухарта-Демінга / Ю.П. Адлер, Е.И. Хунузиди, В.Л. Шпер // Методы менеджмента качества. – 2005. – № 3. – Режим доступу : <http://www.iteam.ru>.

Гапонюк В.В.,

спеціаліст банку «ПУМБ», слухач Програми перепідготовки управлінських кадрів для сфери підприємництва ІВК КНТЕУ

ЗАХИСТ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Відомим економістом Полом Ромером було науково обґрунтовано, що накопичення знань є рушійною силою економічного зростання. Відповідно до його теорії, країна, яка прагне забезпечити своє економічне зростання, свою економічну політику має спрямовувати на заохочення інвестицій у наукові дослідження та субсидіювати програми, що розвивають людський капітал. У сучасному світі найбільш процвітаючі країни визначили одним із основних напрямків державної політики розвиток творчого потенціалу нації. Так, у США та Японії реалізуються ретельно продумані програми розвитку творчості громадян, починаючи з дошкільного віку. Про надзвичайну властивість знань зазначав ще видатний політичний діяч Томас Джефферсон, який говорив: «Той, хто застосовує у своїх цілях чий-небудь знання, не

прибідняє їх носія, як користування світлом від чужої лампи не занурює в пітьму її власника». Однак виникає питання щодо форм і меж такого використання, щоб не порушувати права та інтереси інших осіб.

Без сумніву одним з найважливіших прав, що захищається законодавством України та міжнародними договорами України є право на результати інтелектуальної, творчої діяльності. Ці результати, будучи об'єктом цивільних прав, створюють цивільні права та обов'язки для особи, що створює такі об'єкти чи на відповідній правовій підставі використовує їх, а також обов'язки для необмеженого кола інших осіб, яким заборонено порушувати ці права. Ефективність охорони права інтелектуальної власності залежить від багатьох факторів, найголовнішим з яких є наявність досконалого законодавства та дієвих механізмів його застосування, в тому числі при захисті прав. Стимулювання розвитку та охорони інтелектуальної власності набуває ролі одного з найважливіших чинників політико-економічних відносин та економічної безпеки як в середині кожної розвиненої країни, так і в міжнародних відносинах.

Відповідно до Конституції України, яка гарантує кожному громадянину свободу художньої, наукової і технічної творчості, наша держава послідовно створює свої власні механізми захисту інтелектуальної власності, авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, які виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності. При розробленні національного законодавства України у сфері інтелектуальної власності було висунуто завдання – максимально використати правові норми, визнані всіма цивілізованими країнами світу.

Однак як стверджує заступник начальника відділу Центру правової реформи і законопроектних робіт при Міністерстві юстиції України Костюченко Оксана Миколаївна, на жаль, незважаючи на те, що в Україні вже сформована нормативно-правова база у сфері інтелектуальної власності, залишається велика кількість неврегульованих питань. Серед проблем охорони права інтелектуальної власності найгострішими визначаються такі, як випуск піратської продукції, в тому числі створення веб-сайтів виключно для поширення піратських матеріалів, не контрольоване використання фальшивих товарів, які приносять великі збитки бюджету, а також завдають великої шкоди іміджу країни, тривалість оформлення патенту та товарної марки, охорона комп'ютерних програм та баз даних, охорона виробників аудіовізуальної продукції, охорона знаків для товарів та послуг (товарних знаків), відсутність належного інформаційного забезпечення діяльності в галузі охорони інтелектуальної власності тощо.

Питанням вдосконалення правового поля в сфері інтелектуальної власності приділялася особлива увага за останні декілька років, особливо в аспекті європейської інтеграції. Набуття чинності економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, висуває на передній план питання можливих звинувачень вітчизняних виробників в порушенні прав інтелектуальної власності. До того ж дотримання умов загальносвітової конкуренції вимагатимуть негайного проведення міжнародної реєстрації прав на ТМ за Мадридською угодою, забезпечення міжнародного захисту промислових зразків за Гаазькою угодою тощо.

Підсумовуючи можна зробити висновок, що сьогодні в Україні є достатньо розвинута законодавча база щодо інтелектуальної власності, активно діє система правової охорони інтелектуальної власності, але існує ряд невідповідностей, які необхідно врахувати при реформуванні і подальшому розвитку інтелектуальної власності в Україні.

Список використаних джерел

1. <http://www.minjust.gov.ua/4487> – стаття Костюченко О. М.
2. Законодавство України із питань інтелектуальної власності (Конституція України, Цивільний кодекс, Господарський кодекс тощо).

Гарбар В.А.,

*к.е.н., доцент Вінницького
торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

Хачатрян В.В.,

*к.е.н., доцент Вінницького
торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

Чайка І.В.,

*асистент Вінницького
торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Одним із пріоритетів державного управління є розвиток електронного урядування, впровадження якого створює умови для ефективного управління в органах місцевого самоврядування.

Електронне урядування являє собою інноваційну форму організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності

діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян [1].

Головною складовою електронного урядування є система електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів, як основа розвитку систем електронного документообігу (СЕД) високотехнологічного і прогресивного підходу до підвищення ефективності роботи державних установ та організацій.

Особливо важливого значення набуває поширення СЕД в органах місцевого самоврядування, які мають найбільшу територіальну розрізненість, однак, потребують постійної взаємодії для узгодженої реалізації державної політики на місцях.

Основними причинами щодо стримування процесу переходу від класичного паперового до електронного документообігу є: відсутність інтегрованої системи національних інформаційних ресурсів та інформаційної взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, які лише формуються; відсутність єдиних форматів та протоколів електронного цифрового підпису, єдиного для державних органів влади центру сертифікації ключів; низький рівень обізнаності державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування щодо суті та переваг електронного документообігу; прагнення уникнути новизни в роботі, консерватизм персоналу, обумовлений небажанням навчатися і перенавчатися, стереотипи мислення працівників, які звикли працювати з паперовими документами; моральна застарілість та фізична зношеність переважної більшості комп'ютерної техніки, відсутність доступу до мережі Інтернет; необхідність забезпечення юридичної сили електронних документів шляхом впровадження електронного цифрового підпису [2].

Переваги електронного документообігу очевидні, а його правовий статус закріплено у законах України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис» [3, 4].

З квітня 2011 року у виконавчих органах Вінницької міської ради впроваджено систему електронного документообігу. Наразі до СЕД підключено 34 виконавчі органи, 19 комунальних підприємств, 819 користувачів. За час роботи СЕД вдалося посилити контроль виконавчої дисципліни, підвищити рівень знань працівників та навичок володіння сучасними інформаційними технологіями, оптимізувати наявні алгоритми обробки документів до вимог часу, підвищити оперативність пошуку необхідних документів, збільшити швидкість обробки

документів, підвищити рівень володіння сучасними інформаційними технологіями.

Робота системи електронного документообігу постійно вдосконалюється та оптимізується. Зокрема заплановано забезпечити погодження керівництвом міської ради проектів рішень виконавчого комітету та рішень міської ради через систему електронного документообігу, запустити мобільну версію системи для керівництва міської ради.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 13.12.2010 р. № 2250-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-%D1%80>.
2. Про схвалення Концепції створення та функціонування інформаційної системи взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів: розпорядження Кабінету Міністрів України від 5.09.2012 № 634-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/634-2012-%D1%80>.
3. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 № 851-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=851-1522>.
4. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22.05.2003 № 852-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=852-15>.

Генералов О.В.,
*к.е.н., старш. викл.кафедри
міжнародної економіки КНТЕУ*

ОЦІНКА ДЕТЕРМІНАНТ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦУКРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Аналіз розвитку українського ринку цукру дав змогу визначити причини та фактори, що здійснюють вплив на сучасний стан цукровиробництва та зовнішньої торгівлі та побудувати теоретичну модель розвитку ринку цукру в Україні.

При ідентифікації системи рівнянь було використано статистичну вибірку за 1996–2015 роки – 19 спостережень [1, 2, 3]. Оскільки між факторами моделі існує досить сильна мультиколінеарність, ідентифікацію системи рівнянь було здійснено за допомогою трикрокового методу найменших квадратів. Оцінені рівняння показників розвитку ринку цукру наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Формалізація рівнянь ланцюгової моделі ринку цукру

Залежна змінна	Рівняння	Незалежні змінні	Коефіцієнт кореляції (детермінації)
Площа цукрових буряків	$A_r = -0,365 \times P_{gr} - 0,070 \times P_{sn} - 0,489 \times P_{pt} + 6,299 Pr_b + 1300,732$	P_{gr} – середні ціни реалізації на зернові культури, P_{sn} – середні ціни реалізації на насіння соняшнику, P_{pt} – середні ціни реалізації на насіння картоплі, Pf_b – рентабельність виробництва цукрових буряків.	0,92
Виробництво цукру з тростини	$Pr_{sc} = 0,838 \times I_{sc} - 0,00027 \times P_{sn} + 0,150$	I_{sc} – імпорт цукру-сирцю по тарифних квотах (для внутрішнього споживання) попереднього року, P_{sn} – ціни на українському ринку в доларах США.	0,92
Експорт цукру	$Ex = 3522,280 \times Pr_{sb} + 286,880 \times Pr_w + 4,063 \times Con_{all} - 2244,910 C_{usd} - 32,909 P_{exsb} - 0,610$	Pr_{sb} – виробництво цукру з цукрового буряку в Україні, Pr_w – виробництва цукру в Україні та у світі, Con_{all} – споживання цукру в Україні, C_{usd} – курсу гривні до долара США.	0,84
Собівартість цукру з цукрового буряку	$Cst_{sb} = 20,230 \times Cst_{sb} - 6,129 \times P_b, 1,951 \times Pr_b - 2,353 \times Pr_b + 126,616$	P_b – ціна реалізації цукрових буряків в Україні, Pf_b – рентабельність виробництва цукрових буряків, Pf_{sb} – рентабельність виробництва цукру	0,95
Імпорт білого цукру	$I_{sb} = 0,0000359 \times P_{isb} - 0,077058793 \times Pr_{sb} + 0,179306242$	P_{isb} – митна вартість цукру білого при експорті	0,93
Імпорт цукру-сирцю	$I_{sb} = 7,012854341 - 0,209951644 \times Pr_{sb} - 3,319386457 \times Con_{all} - 0,001474439 \times P_{wsc}$	Con_{all} – загальне споживання, P_{wsc} – ціни на світовому ринку цукру-сирцю	0,71

Джерело: побудовано автором.

Виявленні завдяки побудованій моделі залежності дозволяють підтвердити той факт, що площа цукрових буряків залежить від

багатьох факторів, сила яких варіюється в залежності від ситуації на ринку сільськогосподарських культур.

Як показали розраховані моделі, ринок цукру України перебуває у надзвичайно тяжкому стані, що викликано роками занепаду галузі, затримкою державного регулювання підтримки комплексу, скороченням ринків збуту та відкриття внутрішнього ринку для цукру-сирцю.

На фінансові результати від операційної діяльності на ринку цукру найбільший вплив мають загальна собівартість виробленого цукру з буряків та загальний дохід від реалізації цукру на внутрішньому ринку. Загальні витрати на імпорт цукру білого, загальна собівартість цукру з цукрової тростини та загальні доходи від експорту цукру білого за досліджуваний період несуттєво впливали на показник фінансових результатів діяльності на ринку цукру України.

Отже, розроблена модель дослідження та прогнозування розвитку ринку цукру, яка послідовно враховує прямі та опосередковані зв'язки між факторами, що в кінцевому результаті приводить до прогнозованих фінансових результатів від операційної діяльності на ринку цукру України. Запропонована ланцюгова модель ураховує не лише показники обсягів виробництва та споживання, а й фактори доходності та собівартості, адаптована до вітчизняної статистичної бази, що забезпечує методичне підґрунтя для здійснення аналізу та прогнозування з метою розв'язання стратегічних і тактичних завдань суб'єктів господарювання та держави для досягнення збалансування вітчизняного ринку цукру.

Список використаних джерел

1. FAPRI 2014. U.S. and World agricultural outlook. // Miguel Carriquiry, Fengxia Dong, Xiaodong Du. – U.S.A. Iowa State University, University of Missouri-Columbia, Food and Agricultural Policy Research Institute Ames, 2014. – 411 p.
2. FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://faostat.fao.org/default.aspx>
3. Sugar: World Markets and Trade [Electronic resource] // United States Department of Agriculture, November, 2014. – Mode of access : <http://www.fas.usda.gov/data/sugar-world-markets-and-trade>

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДУКЦІЄЮ АПК

Основними тенденціями міжнародної торгівлі агропродовольчою продукцією протягом останнього десятиріччя є посилення протекціонізму розвинених країн за одночасної лібералізації доступу до аграрних ринків країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою; концентрація зусиль країн на імпортозаміщенні в аграрній сфері задля реалізації завдань продовольчої безпеки; посилення позицій транснаціональних корпорацій на глобальних ринках аграрної продукції (нині з-поміж 100 найбільших ТНК світу 9 працюють у аграрній сфері, для порівняння у 2007 р. їх було лише 3 [1, 2]); уповільнення темпів зростання зовнішньої торгівлі продукцією АПК та зменшення її частки в структурі світових торговельних потоків за умов зростання абсолютних обсягів поставок (середньорічний темп зростання обсягів експорту продуктів харчування за період з 1995 по 2013 рр. становив 1,04, сільськогосподарської сировини – 1,04, тоді як обсяги поставок промислових товарів зростали у середньому на 8% щороку) [3]; зміни у структурі зовнішньої торгівлі продукцією рослинництва, зокрема збільшення частки технічних культур у експорті країн, що розвиваються у зв'язку зі зростанням попиту виробників енергоресурсів у розвинених країнах. Все це вимагає від експортерів і виробників стратегічних рішень щодо пошуку інноваційних сегментів та ніш у сфері зовнішньої торгівлі продукцією АПК, у т.ч. шляхом нарощування частки торгівлі органічною продукцією.

Ринок органічної продукції досить привабливий для виробників, оскільки ця продукція користується все більшим попитом. За Даними Федерації органічного руху України сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні почав розвиватися з початку 2000 років. Якщо у 2007 р. обсяг ринку органічних продуктів в Україні становив близько 500 тис. євро, то в 2013 р. він виріс до 12,2 млн євро. Основними органічними продуктами українського експорту є зернові, боби, насіння олійних культур, ягоди, ефірні олії, гриби, горіхи, а також концентрати фруктових соків. Протягом останніх п'яти років, загальна вартість експортного ринку України органічної продукції щорічно оцінюється приблизно в 40 млн дол. США. Основними споживачами цієї продукції є країни ЄС, Швейцарія, Скандинавські країни та США [4].

Органічне сільське господарство може стати не лише каталізатором для переходу до «зеленої» економіки завдяки формуванню стійких екологічних систем і забезпеченню високих стандартів якості агропродовольчої продукції, але й позитивно вплинути на показники ефективності функціонування аграрної сфери, підвищити доходи і рівень продовольчої безпеки в сільських місцевостях, створити сприятливі умови для інвестицій, стимулювати виробництво продукції з високою доданою вартістю, збільшити вплив сільського господарства на розвиток національної економіки, у т.ч., шляхом підвищення частки органічних продуктів у експорті й зниження витрат суспільства на подолання негативних наслідків, спричинених промисловим фермерством [5].

Подальший ефективний розвиток галузі органічного виробництва і зовнішньої торгівлі органічною продукцією безпосередньо залежатиме від державної підтримки – фінансової, інформаційної та інституціональної. Важливе значення при вивченні методів регулювання ринку органічної продукції має також дослідження та імплементація передового світового досвіду, який може бути адаптований до вітчизняних реалій.

Список використаних джерел

1. World investment report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development // United Nations Conference on Trade and Development. – 2013. – 236 p.
2. World Investment Report 2008: Transnational Corporations, and the Infrastructure Challenge // United Nations Conference on Trade and Development. – 2008. – P. 3.
3. UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>.
4. Органическое сельское хозяйство: шаг стран Восточной Европы, Кавказа и Центральной Азии навстречу «зеленой» экономике. Примеры из Армении, Молдовы и Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://organic.ua/images/unep_organic_ru_v2.pdf
5. Яценко О. Международная торговля органической агропродовольственной продукцией / О. Яценко, Г. Радзявичюс, Ю. Завадская // Economic growth in conditions of globalization: Intern. Scientific and Practical Conf. 9-th ed., oct. 16-17, 2014: (in 2 vol) scientific com.: Stratan Alexandru (et.al.). – Vol.1, 2014.- 368 p.- Antetit.: Nat. Inst. for Economic Research, Acad. of Sciences of Moldova. – С. 293–297.

«ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ВЕКТОР ІННОВАЦІЙНОСТІ СУСПІЛЬСТВА

Ефективність виробничо-господарської і соціокультурної діяльності до середини ХХ століття розглядалась переважно як максимально можливе отримання благ у процесі споживання природно-ресурсного потенціалу. При цьому використання природних ресурсів (обсяг, кількість відходів тощо) обмежувалося міркуваннями економічного характеру.

Споживацький тип розвитку світової цивілізації обумовив посилення деградації природних екосистем та усвідомлення гостроти соціально-екологічних протиріч. Розроблена еколого-економічна модель розвитку соціуму акцентувала увагу на таких проблемних аспектах: реальність протиріч між зростанням потреб цивілізації і обмеженістю можливостей їх задоволення; дефіцит відновлюваних природних ресурсів та обмеженість можливостей біосфери для асиміляції відходів техніко-антропогенної діяльності (межі «ємності біосфери»).

На початку 70-х років під егідою ООН була сформульована світова стратегія екологічного розвитку, ідеєю якої виступає взаємозв'язок економізму та збереження природного середовища. У більшості країн світу були створені державні установи, повноваженнями яких були моніторинг та координація національних зусиль щодо раціоналізації взаємовідносин елементів системи «людина-соціум-біосфера».

Історично сформована західна модель економічного розвитку, незважаючи на свої недоліки та ризики, створила матеріальні передумови, на підставі яких приблизно 2-3% ВВП були спрямовані на коригування біосферної напруженості.

Стратегія більшості розвинених країн стала передумовою формування процесу «екологізації» ринку, а саме умовою переходу господарського механізму від абсолютного «економізму» до раціоналізації діяльності, врахування інтересів біосфери та підвищення ступеня «позеленіння» традиційної моделі розвитку.

У 80-90-х роках у розвинених країнах сформувався ринок «екологічного бізнесу» – галузь діяльності, що забезпечує товари та

послуги у сфері охорони природи та раціонального природо-користування. У більшості країн бізнес у цій сфері стає важливим фактором економічної динаміки, а відтак нових технологічних процесів, екологічно чистих продуктів тощо. Досвід розвинених країн показує, що розвиток діяльності екологічного характеру поєднується з економічною ефективністю виробничо-господарської системи.

Однак вже наприкінці 80-х років дійшли висновків, що для якісного динамізму соціуму необхідно більш широке розуміння взаємозв'язку економіко-екологічних систем з якісними показниками розвитку цивілізації. Відтак на початку 90-х років було сформульовано уявлення про сталий розвиток соціоприродних систем як баланс економічних, екологічних і соціокультурних показники зростання. Концепція сталого розвитку розглядається ООН як світова стратегія цивілізації, основні постулати якої з часом були імплементовані і у національні стратегії.

Аналіз реалізації світової стратегії сталого розвитку, проведений у зв'язку з підготовкою Саміту Ріо-92+20 (2012), показав необхідність її стимулювання, надання їй подальшої практичної спрямованості. Саме у зв'язку з цим подальша ефективність реалізації світової стратегії сталого розвитку була пов'язана з виходом цивілізації на рівень «зеленої» економіки як складової інноваційного розвитку.

«Зелена» економіка трактується як така економічна модель соціуму, у рамках якої не тільки забезпечується добробут людини і соціальна справедливість, але і знижуються ризики, пов'язані з деградацією екосистеми. Динамізм економіки цього типу здійснюється переважно за рахунок діяльності, орієнтованої на підвищення добробуту людини, поліпшення якісних характеристик середовища проживання як сучасних, так і майбутніх поколінь. Вихід цивілізації на рівень «зеленої» економіки передбачає реалізацію світової стратегії сталого розвитку, в межах якої має здійснюватися реформа усіх секторів економіки і національної політики. Економічне зростання має забезпечуватися переважно за рахунок як державних, так і приватних інвестицій в галузях, пов'язаних з природоохоронними проектами, енергетичною безпекою, наданням різного роду екологічних послуг тощо.

Відтак, недостатньо запропонувати лише механізм виходу країн на рівень «зеленої» економіки. Реальна ступінь її «позеленіння» – це функція системи національних умов (рівень розвитку економіки, наявність політичної волі, масштаби природних ресурсів, інформованість суспільства тощо).

Список використаних джерел

1. На встречу зеленой экономике: путь к устойчивому развитию и искоренению бедности : обобщающий доклад для властных структур. ЮНЕП, 2011. – Режим доступа : www.unep.org/greeneconomy

Голошубова Н.О.

к. е. н., професор

кафедри торговельного підприємництва КНТЕУ

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗМІНИ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ

Дослідження тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі протягом усього періоду трансформації економіки України свідчить про нарощування негативних процесів. У цій галузі кількісні зміни переважали якісні.

Передусім суттєво зросла чисельність працівників, зайнятих у торгівлі (включаючи ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів). За даними Державної служби статистики України на 1 січня 2014 р. вона була більшою порівняно з промисловістю в 1,4 раза, сільським, лісовим та рибним господарством в 1,3 раза. Їх частки в загальній кількості працівників, зайнятих в усіх сферах діяльності відповідно становили 22,3 %, 16,1% і 17,5% [1, с.333].

Ця негативна тенденція продовжилася в 2014 р. і розпочавшомуся 2015 р., коли відбувається передусім суттєве падіння обсягів виробництва промислової продукції, збільшення кількості безробітних, які вимушені змінювати свій вид діяльності і розпочинати займатися, найчастіше, торговельною діяльністю. Під впливом багатьох негативних факторів соціально-економічного розвитку України, без чітко визначеної державної політики та використання ефективних інструментів регулювання трансформаційних процесів спонтанно формується структура суб'єктів господарювання за організаційно-правовими формами і товарною спеціалізацією, їх поведінка на ринку споживчих товарів, яка не відповідає належним чином інтересам товаровиробників і кінцевих споживачів. За таких умов не можна забезпечити конкурентоспроможність країни в глобалізованому світі та

досягти стандартів якості життя людини, які склалися у високорозвинених країнах.

Дослідження показало, що за кількістю суб'єктів господарювання і зайнятих працівників у торгівлі переважають фізичні особи-підприємці. На 1 січня 2014 р. їх частка у кількості суб'єктів господарювання склала 87,6%, а підприємств (юридичних осіб) – 12,4%. За чисельністю зайнятих працівників їх частки відрізнялися лише на 7,8% і дорівнювали відповідно 53,9% і 46,1%. У той же час за результативністю та ефективністю діяльності суттєво переважали підприємства. Так, у 2013 р. за обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) на підприємства припадало 90,5%, а фізичних осіб-підприємців – 9,5% [1, с. 282, 283].

Найкращі показники ефективності діяльності теж мають підприємства. А серед них найбільший рівень рентабельності операційної та усієї діяльності склався у великих підприємств. У 2013 р. ці показники у них відповідно дорівнювали 14,1 і 4,9%. Тоді як у середніх підприємств рівень рентабельності операційної діяльності склав 9,4%, у малих -5,9%, а з них у мікропідприємств (з чисельністю до 10 осіб) цей показник був від'ємним (-3,5%). Уся діяльність середніх і малих, а особливо мікропідприємств, була збитковою і середній рівень збитковості відповідно дорівнював: -3,4, -14,1 і -31,8% [2, с. 305].

Таке співвідношення суб'єктів господарювання та показників їх діяльності не є оптимальним. Разом з тим слід відмітити і таку негативну тенденцію як скорочення кількості підприємств та їх торговельних об'єктів. За 2000-2013 рр. кількість підприємств, що здійснюють роздрібну торгівлю, зменшилася в 1,9 раза, магазинів, що їм належать – на 32,4 тис. од. або в 1,7 рази, напівстаціонарних дрібнороздрібних торговельних об'єктів – на 11,1 тис. од. або в 1,8 рази. Але позитивним є приріст торговельної площі магазинів підприємств на 2390 тис. м² або на 34%. Внаслідок чого торговельна площа у розрахунку на один магазин в середньому збільшилася з 90 до 207 м² [3, с. 96,109; 4, с. 119]. Однак підприємства у структурі своїх торговельних об'єктів недостатньо мають такі ефективні типи магазинів як супермаркети, гіпермаркети, спеціалізовані плодоовочеві магазини, м'ясні та рибні, а в торгівлі непродовольчими товарами – спеціалізовані магазини з торгівлі одягом, взуттям, технічноскладними товарами з торговельною площею понад 1000 м², книжкові магазини.

Роздрібна торговельна мережа все більше поповнюється дуже дрібними магазинами, напівстаціонарними і пересувними дрібнороздрібними торговельними об'єктами, що належать фізичним особам-

підприємцям. Серед цих торговельних об'єктів дуже велика кількість незареєстрованих, а отже, і багато неплатників податків. Так, тільки у м. Києві за оперативними даними місцевих органів державної влади на початок 2015 р. 12 тис. таких об'єктів, які поступово демонтуються.

В торгівлі України розпочався процес створення різних видів об'єднань, передусім корпоративних і франчайзингових роздрібних торговельних мереж. Однак ще занадто багато роздрібних торговців, а особливо оптових посередників, що не входять ні в які об'єднання і що утруднює їх функціонування в конкурентному середовищі.

Отже, без інституційних змін забезпечити інноваційний і ефективний розвиток торгівлі неможливо.

Для цього за допомогою відповідної державної політики і з використанням належних інструментів необхідно: створити умови для формування оптимального співвідношення між підприємствами і фізичними особами-підприємцями, організаційно-правовими формами їх господарювання, великим, середнім і малим підприємництвом; оптимізувати структуру торговельних об'єктів за видами і типами; сприяти розвитку торгівлі через мережу Інтернет; удосконалювати антимонопольне законодавство; підвищити контроль за обґрунтованістю рівня цін і якістю товарів. Для цивілізованого розвитку малого підприємництва слід більш активно створювати франчайзингові мережі, збільшувати кількість торговельних об'єктів і складів, які є власністю Фонду комунального майна, що дозволить зменшити розмір орендної плати, а отже, знижувати ціни на товари і послуги.

Список використаних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2013 рік. – К. : Август Трейд, 2014. – 559 с.
2. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікро-підприємництва, 2013 рік. : стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 498 с.
3. Роздрібна торгівля України у 2013 році: стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 165 с.
4. Роздрібна торгівля України у 2005 році: стат. зб. – К. : Державний комітет статистики України, 2006. – 214 с.

Гончарова І.В.,
*к.х.н., доцент кафедри товарознавства
та експертизи харчових продуктів КНТЕУ*
Форостяна Н.П.,
*к. пед. н., доцент кафедри
інженерно-технічних дисциплін КНТЕУ*
Дубовий В.О.,
студент 3 к. 6 гр. ФТПП КНТЕУ

КОМПЛЕКСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЙОНІЗОВАНОЇ ВОДИ

На сьогоднішній день однією з найбільш актуальних проблем в Україні є питна вода. Для більшості регіонів України характерні загальні проблеми, пов'язані з якістю питної води: антропогенне забруднення джерел водопостачання, надмірне хлорування, велика кількість шкідливих речовин: важких металів, отрутохімікатів, відходів різних хімічних речовин.

Сучасні наукові дослідження води довели, що вода має пам'ять і кластерну будову завдяки чому і проявляються «цілющі» властивості води. Крім того, питна вода збагачена йонами є досить сильним антиоксидантом, здатна віддавати електрони та знешкоджувати вільні радикали в організмі людини. Саме тому в сучасній науці особливої новизни набувають дослідження властивостей йонізованої води.

Нами було проведено комплексне дослідження йонізованої води, що включає фізичні методи аналізу з використанням універсального вимірювального комп'ютерного приладу (УВКП), хімічні та фізико-хімічні методи аналізу з використанням аналітичного обладнання.

Йонізована вода була отримана методом помірною електролізу, який відбувається в йонізаторі «Жемчуг Ековод-6». Це високоякісний фільтр, який йонізує воду, збагачує її киснем, звільняючи від важких металів і отруйних речовин. Він розділяє воду на дві частини: аноліт та католіт. Аноліт або «мертва» вода – утворює кисле середовище та має дезінфікуючі властивості, католіт або «жива» вода – утворює лужне середовище та має загоювальні властивості.

В результаті комплексного дослідження ми отримали такі показники заломлення: для йонізованої води $n = 1,3360$, дистильованої води $n = 1,3330$, католіт $n = 1,3340$, аноліт $n = 1,3370$. Збільшення показника заломлення йонізованої води говорить про збільшення оптичної густини середовища, а отже і про підвищення активності даного середовища. Щодо відносної густини йонізованої води то при температурі $t = 10^{\circ}\text{C}$

вона становить $998,75 \text{ кг/м}^3$ у порівнянні із дистильованою водою густина якої $999,7 \text{ кг/м}^3$ що говорить про йонізацію молекул води. При збільшенні температури до $t=20^\circ\text{C}$ густина йонізованої води $997,93 \text{ кг/м}^3$, а дистильованої води за такої температури становить $998,1 \text{ кг/м}^3$, тобто зі зростанням температури відносна густина води зменшується.

Коефіцієнт динамічної в'язкості при температурі 25°C для йонізованої води становить $\eta=9,864 \cdot 10^{-4} \text{ кг/(м}\cdot\text{с)}$, в порівнянні з дистильованою водою $\eta=8,94 \cdot 10^{-4} \text{ кг/(м}\cdot\text{с)}$. Отже внутрішнє тертя йонізованої води більше, у порівнянні із дистильованою водою, що підтверджує збільшення її активності. Коефіцієнт поверхневого натягу при кімнатній температурі йонізованої води становить $\sigma=0,0882 \text{ Н/м}$ (для дистильованої води $\sigma=0,073 \text{ Н/м}$). Даний показник дещо завищений, це вказує на зміцнення молекулярних зв'язків [1].

Вміст заліза в питній воді досліджували спектрофотометричним методом згідно ДСТУ ISO 6332:2003. Концентрація заліза в 1 л проби становить: йонізована вода $c=0,176 \text{ мг/л}$, католіт $c=0,232 \text{ мг/л}$, аноліт $c=0,116 \text{ мг/л}$, вода до йонізації $c=0,348 \text{ мг/л}$. У відповідності з ДСанПіН 2.2.4-171-10 вміст заліза не повинен перевищувати $0,2 \text{ мг/л}$, що не дотримано у зразку води до йонізації. Тобто це підтверджує факт, що йонізація очищує воду від важких металів.

Активну кислотність води було досліджено методом рН-метрії, загальну (титровану) кислотність – методами кондуктометричного та потенціометричного титрування. За результатом дослідів активна кислотність йонізованої води становить $\text{pH}=6,8$, католіт – $\text{pH}=8,5$, аноліт – $\text{pH}=2,2$, що відповідає нейтральному, лужному та кислому середовищу. Загальну кислотність досліджували для йонізованої води аноліт методом потенціометричного титрування $S_k=9,0 \cdot 10^{-3} \text{ моль/л}$ та методом кондуктометричного титрування – $S_k=8,8 \cdot 10^{-3} \text{ моль/л}$ [2].

Таким чином, виконавши комплексне дослідження йонізованої води, ми змогли скласти цілісну картину її поведінки та властивостей. Отримані графіки залежності густини, в'язкості, поверхневого натягу від температури, оптичної густини від концентрації, рН та питомої електропровідності від об'єму титранту дозволяють чітко визначати хімічний склад йонізованої води в широкому температурному діапазоні. Крім того, дозволяють прогнозувати поведінку йонізованої води, це особливо важливо при розробці функціонального харчування і нових функціональних харчових продуктів.

Список використаних джерел

1. Шаповал С.Л. Рекомендації до виконання науково-дослідних робіт на УВКП : лабор. практикум / С.Л. Шаповал, Н.П. Форостяна, Литвинов Ю.В., Р.П. Романенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 92 с.
2. Душейко В.А. Фізико-хімічні методи дослідження сировини і матеріалів : навч. посіб. / В.А. Душейко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 202 с.

Гордієнко Т.М.,
*к. е. н., доцент кафедри банківської
справи КНТЕУ*

ГЕЙМІФІКАЦІЯ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Розвиток функціональних можливостей та зростання ролі інформаційних технологій, як у діловій, так і побутових сферах, зміна моделей поведінки споживачів, зростання рівня конкуренції між фінансовими установами, обумовлює необхідність пошуку нових інформаційно-комунікативних технологій, зокрема, застосування ігрових підходів з метою підвищення інтересу клієнтів до фінансових послуг. Вищезазначене обумовлює актуальність дослідження гейміфікації на ринку фінансових послуг.

Гейміфікація – це концепція, яка передбачає використання ідей з ігр, програм лояльності та поведінкової економіки для залучення споживачів [1, с. 10]. За статистикою Google, англійський термін «gamification» почав представляти інтерес для користувачів всесвітньої пошукової системи лише в жовтні 2010 року [2], а адаптовані україномовні варіанти, на кшталт «гейміфікація», «геймізація» та «ігрофікація» – лише наприкінці 2011. Незважаючи на відносну новизну гейміфікація активно застосовується у фінансових установах. Так, за даними дослідження проведеного у 2013 році компаніями Efma та Infosys, 9% з 150 опитаних по всьому світу банків вже впровадили деякі форми гейміфікації, а 45% планують використовувати цю технологію у майбутньому [3].

Піонером у сфері гейміфікації фінансових послуг вважається Британська платіжна система Barclaycard, яка у 2009 році запропонувала клієнтам мобільний додаток – гру Barclaycard's

Waterslide Extreme. І хоча сама гра не мала безпосереднього відношення до фінансових послуг, проте відносилась до, так званого, «advergaming» та була складовою рекламної кампанії, спрямованої на популяризацію інноваційної технології безконтактних розрахунків.

На сьогоднішній день елементи гейміфікації застосовуються: всіма фінансовими установами – для підвищення рівня фінансової грамотності населення, надання консультацій щодо управління особистими фінансами (прикладами є сайт SaveUp.com та однойменний продукт технологічної компанії eWise); кредитними установами – для оцінки кредитоспроможності клієнтів на основі скорингових моделей (наприклад, технологічна платформа Zaimix); банками – для популяризації окремих інновацій, розвитку роздрібних послуг, зокрема, інтернет-банкінгу, а також стимулювання ощадної діяльності (наприклад, мобільні додатки BBVA Game від іспанського банку BBVA та DSK Gameo від болгарського DSK Bank); страховими компаніями – для візуалізації потенційних загроз у житті та роз'яснення необхідності страхування (наприклад, гра iAmFam, розроблена American Family Insurance).

Особливістю впровадження гейміфікації на ринку фінансових послуг є те, що воно здійснюється на умовах аутсорсингу, а отже передбачає залучення ІТ-компаній. Внаслідок цього, до компетенцій маркетологів фінансових установ додається розпізнавання ігрових прихильностей цільових клієнтських груп, а також здатність формалізувати проекти ігрових додатків для спеціалістів-розробників. Доцільно зазначити, що використання гейміфікації повинно бути не самоціллю, а логічним розвитком маркетингової стратегії, спрямованої на розвиток іміджу фінансових установ та задоволення потреб їх клієнтів.

Негативним наслідком гейміфікації фінансових послуг може стати зниження соціальної та фінансової відповідальності через розважальну складову. Варто звернути увагу і на те, що застосування гейміфікації передбачає зростання операційно-технологічного ризику для фінансових установ. При чому будь-які збої та порушення роботи систем сприймаються клієнтами болюче через спровокований ігровими технологіями азарт та ефект звикання.

Таким чином, можна зробити висновок, що гейміфікація на ринку фінансових послуг є ефективним інструментом для навчання та мотивації клієнтів, проте її застосування потребує реалізації комплексу адаптаційних заходів.

Список використаних джерел

1. Зикерман Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Гейб Зикерман, Джоселин Линдер ; пер. с англ. И. Айзятуповой. – М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2014. – 272 с.
2. Мосин А. ...Плюс геймификация всей страны? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrbanks.info/kolonka/Plyus-gyaymifikaciya-vsyay-strany.html>.
3. Innovation in retail banking 2013. The fifth annual 'Retail Banking' report, October 2013 [Electronic source]. – Access mode : <http://www.efma.com/index.php/resources/studies/detail/EN/1/507/1-VUR0N>.

Гордійчук І.С.

*аспірант Науково-дослідного економічного
інституту Мінекономрозвитку України*

ІННОВАЦІЙНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Становлення національної економіки на засадах конкурентоспроможного розвитку неможливе без створення і реалізації системи інноваційного оновлення, що в свою чергу вимагає збалансованих партнерських відносин між державою, суб'єктами приватної ініціативи та кінцевими споживачами інноваційної продукції.

Перехід економіки України до моделі інноваційного розвитку вимагає залучення механізму державно-приватного партнерства для реалізації інноваційного партнерства у науково-технічній та інноваційній сфері, яке має розглядатися у контексті формування національної інноваційної системи (далі – НІС). Під інноваційним партнерством (далі – ІП) слід розуміти форму організації рівноправних відносин між державою, бізнесом та наукою, що дозволяє реалізовувати проекти створення інновацій у різних сферах економіки більш ефективним способом, ніж цього можуть досягти партнери окремо. Інституціональний характер ІП розкривається в таких базових функціях, властивих економічним інститутам, як координація, кооперація, розподіл ризиків, витрат і кінцевих результатів діяльності.

Формування інституту ІП доцільно розглядати в контексті державної інноваційної політики та ролі бізнесу в її розробці та

реалізації. Приватний партнер відповідає за створення технологій на базі власних розробок та комерціалізації інноваційного продукту, роль держави є допоміжною при продукуванні нових знань і технологій та ключовою при створенні інфраструктури інноваційної діяльності приватного сектора[1].

Впровадження ІП при формуванні НІС України має бути спрямоване на розвиток сектора досліджень і розробок, а також на технологічну модернізацію галузей економіки.

Впровадження ІП у систему партнерських відносин держави та приватного сектора необхідно розглядати в контексті розвитку інституційного середовища державно-приватного партнерства. У зв'язку з цим доцільно розглядати такий напрямок розвитку ІП, як формування територіальних інноваційних кластерів, що виступають локалізованою формою інноваційного партнерства держави і приватного сектора. В даному контексті основним завданням держави є виявлення та стимулювання розвитку нових кластерів, в рамках яких формуються стійкі зв'язки між суб'єктами інноваційної системи.

Розвиток ІП на основі територіальних інноваційних кластерів вимагає певних змін у сфері інноваційної діяльності в Україні в частині:

- визначення на законодавчому рівні терміну «інноваційне партнерство», розробки та затвердження нормативним актом Кабінету Міністрів України типового договору про інноваційне партнерство;

- правового врегулювання проблем землекористування та землевідведення в процесі підготовки проекту ІП;

- прийняття нормативних актів, що визначають порядок розподілу прав на об'єкти інтелектуальної власності між колективом та організацією, в рамках якої створено такі об'єкти; регламентують підприємницькі відносини між університетами та бізнесом на принципах інноваційного партнерства; створюють передумови для комерціалізації результатів науково-технічної діяльності, отриманих в рамках дослідницьких програм в університетах;

- перегляду пріоритетних напрямів науково-технічної та інноваційної діяльності в Україні;

- розробки програми розвитку інноваційних кластерів, в якій необхідно передбачити систему заохочення для учасників та відповідні додаткові пільги, які впливають на надходження прямих іноземних інвестицій, створення нових робочих місць, тим самим зменшуючи обсяг міграції молоді та кваліфікованої робочої сили [2, ст.162];

- створення передумов для ефективного використання механізму фінансової підтримки держави реалізації кластерної політики та його

вдосконалення; на державному рівні – вдосконалити механізми фінансової підтримки розвитку кластерів, а також надавати потрібну методичну, інформаційно-консультативну та освітню підтримку їх розвитку [2,ст.162].

Список використаних джерел

1. Кабашкин, В.А. Развитие государственно-частного партнерства в регионах России / В.А. Кабашкин, А.А. Левченко, В.А. Сидоров. – Белгород : ПОЛИТЕРРА, 2008. – 466 с.
2. Формування інноваційних кластерів як методу активізації інноваційної діяльності в економіці регіону / В.С. Дубовик // Продуктивні сили України. – 2009. – № 1. – С. 153–163.

Григоренко О.М.,

к. тех. н., доцент кафедри інженерно-технічних дисциплін КНТЕУ

Найдюк В.С.,

фінансовий директор

ПрАТ «Холдингова компанія «Енергомережа»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ РЕАЛІЇ

Проблематика управління розвитком підприємств ресторанного господарства (РГ), у тому числі пов'язана з інноваційними процесами на цих підприємствах була предметом дослідження як іноземних, так і вітчизняних науковців: Ю. Ляндау, Дж. Нінемаєра, Д. Хаєса, Г. П'ятницької, Н. П'ятницької, Л. Яцуна та інших. Проте змінність зовнішніх умов господарювання, а також неоднорідність сфери РГ (через наявність різних типів, класів, форматів закладів РГ, появу на ринку уніфікованих та змішаних мереж РГ, зорієнтованість підприємств РГ на різні цільові аудиторії споживачів тощо) обумовлюють необхідність подальшого розвитку методологічних засад управління інноваційним розвитком цих підприємств.

Науковці, як показав проведений нами аналіз численних джерел з проблематики інноваційного управління, на сьогодні ще не мають єдиної чіткої точки зору щодо сутності поняття «управління інноваційним розвитком підприємства». Вдалим, на наш погляд, є

трактування поняття «управління інноваційним розвитком підприємства» тими з них, які визначають його як комплекс заходів та управлінських рішень (пов'язаних з виконанням відповідних функцій), що викликають перетворення в організаційній системі, трудових відносинах, відносинах з постачальниками, споживачами продукції / послуг підприємства, тобто спрямовують розвиток підприємства на впровадження різного роду інноваційних змін. При цьому, якщо досліджувати процес управління інноваційним розвитком підприємства та зважати на ймовірність виникнення опору інноваційним змінам і невизначеність остаточних результатів впровадження інновацій за умови змінності зовнішнього середовища та нестабільності внутрішнього потенціалу підприємства, найбільш прийнятним, на наш погляд, буде використання ситуаційного підходу.

Умовою розвитку будь-якої науки (у т.ч. і науки про управління підприємством та його інноваційним розвитком) є її методологічна озброєність. У свою чергу, формування методологічних засад передбачає розробку системи методологічних категорій, що являються характеристиками того чи іншого дослідження: актуальність, об'єкт і предмет дослідження, його мета, задачі (або завдання), гіпотези тощо.

У межах цього дослідження об'єктом є процес управління інноваційним розвитком підприємства, а предметом – науково-теоретичні й практичні підходи до управління інноваційним розвитком підприємств РГ. Висунута нами гіпотеза була сформульована таким чином: чим менше на підприємстві РГ кваліфікованого персоналу, здібного до постійного розвитку (навчання) і генерації нових ідей, тим вище опір інноваційним змінам.

Для підтвердження вищезазначеної думки та експериментальної перевірки гіпотези про наявність сильного взаємозв'язку між зменшенням частки кваліфікованого персоналу на підприємстві РГ, що має здібності до постійного розвитку (навчання) і генерації нових ідей, та зростанням опору інноваційним змінам на цьому підприємстві впродовж 2012–2013 рр. було проведено анкетне опитування керівників 37 діючих в Україні підприємств РГ, в яких періодично або на постійній основі впроваджувалися інновації. Зібрані дані по вибірці підприємств РГ дозволили встановити, що коефіцієнт кореляції між вищеназваними показниками дорівнює $-0,97$, який за шкалою Чеддока свідчить про дуже сильну (майже функціональну) щільність зворотного зв'язку. Це дозволяє нам зробити обґрунтований висновок про те, що за умови вибору та реалізації стратегії інноваційного розвитку на підприємстві

РГ варто особливу увагу приділяти формуванню та розвитку його кадрового складу.

Результати вивчення нами практичних реалій управління інноваційним розвитком підприємств РГ останнім часом свідчать про наявність численних факторів і бар'єрів, які заважають інноваційному розвитку цих підприємств. Так, керівники дослідженої нами у 2014 р. вибірки з 22 діючих в Україні підприємств РГ вважають, що особливо перешкоджають цьому:

- геополітична нестабільність (на чому наголосили керівники 100 % підприємств вибірки);
- розвиток інфляційних процесів і, як наслідок, зменшення обсягів попиту населення на послуги ресторанного господарства, що у свою чергу не дозволяє отримати необхідну віддачу особливо від високовитратних інновацій (100 %);
- нульовий рівень інноваційного потенціалу підприємства РГ (100 %);
- низький рівень фінансової стійкості, збитковість підприємств (86 %);
- відсутність чи нестача кваліфікованого персоналу або тенденція до послаблення інтелектуального потенціалу (50 %).

Григор'єв Г.С.,

*к.е.н., доцент Національного Університету
«Києво-Могилянська академія»*

Іванова Н.Ю.,

*к.е.н. доцент Національного Університету
«Києво-Могилянська академія»*

ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЛОКАЛЬНИХ ОСВІТНІХ ПРОЕКТІВ

Створення глокальних освітніх екосистем є перспективним напрямком сучасної освіти усіх рівнів. Знаннєва економіка передбачає формування якісно – нового типу фахівців з вищою освітою і переосмислення науково – освітньої парадигми вищої освіти. Основною місією навчальних закладів на локальному рівні повинно стати: «Educate globally and act locally». Автори тез на даний момент розробляють глокальний освітній проект. Нижче представлено його короткий опис

Мета Проекту – створення багаторівневих інноваційних систем навчання для системної підготовки бізнес – лідерів за принципом «lifelong learning» на принципах довгострокової самоокупності

Компанія, команда Проекту – перевага надається недержавній формі власності. Глокальний освітній проект є мобільним з точки зору розташування, переміщення ресурсів та залучення нових клієнтів.

Учасники Проекту:

- Креативні групи, які створюють свій Продукт.
- Управлінський персонал.
- Консультанти з освітніх послуг різних рівнів.
- Професійні психологи, які відповідають за підбір консультантів з освітніх послуг та початкове формування груп слухачів.
- Адміністратори і технічний персонал.

Бізнес-ідея

Продуктом Проекту є створення Інноваційного Продукту, який розробляється тими хто ще навчається і виводиться на ринок в процесі навчання, або після його завершення. Методика викладання знань, яка дає можливість створити такий Продукт є Послугою і також має свою ринкову цінність.

Новизна ідеї полягає в тім, що студенти перестають бути пасивними споживачами знань, а навчаються їх продукувати вже з перших років навчання і створюють в процесі навчання Команду одностудентів – готове Підприємство з унікальним Продуктом. Команда формується за принципом «Global team – working»

Опис технології – інтерактивна командна взаємодія в процесі Гри, яка призводить до генерації нових ідей та знань

Механізм реалізації Проекту

- Створення альтернативних навчальних планів для новостворених навчальних закладів. Вибір навчальної програми відбувається самими учнями, або студентами.
- Створення професійними психологами креативних груп, сформованих за здібностями та інтересами.
- Професійний відбір креативних вихователів, вчителів та викладачів.
- Вихід на Нову Концепцію людської екології – створення інтерактивних віртуальних класів з динамічними групами студентів (учнів), які в довгостроковій перспективі можуть призвести до створення Глобального Креативного Суспільства.

Ринок збуту – знаннєві інновації не мають географічних обмежень.

Основні групи споживачів – принцип « glocal lifelong learning» не передбачає вікових обмежень і дає можливість вийти за рамки національних кордонів.

Основні конкуренти – традиційні освітні системи.

Фінансування проекту

Відхід від ієрархічної системи освіти потребує потужного приватного фінансування тими підприємцями, які головною метою ставлять не отримання прибутку, а реалізацію своєї головної місії – бути інноваторами та змінювати світ на краще.

Гринюк Н.А.,

к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Однією із доволі потужних сфер інтеграції в світі є міжнародний кооперативний рух. Світовий кооперативний досвід, частиною якого є і українська кооперація, свідчить, що кооперація – це не лише тип виробництва чи форма господарської діяльності, а економічно обумовлена ідеологія господарювання в жорстких економічних умовах, у тому числі трансформаційних криз та глобалізації світового економічного простору.

Сьогодні кооперативний сектор економіки України знаходиться на стадії транзитивних змін і відображає радикальні перетворення як в економіці країни, так і в державі в цілому. Дослідження особливостей цих процесів дозволяють сформулювати ключові аспекти місії національної кооперації в сучасних умовах: вирішення внутрішніх економічних і соціальних споживчого ринку; використання потенціалу міжнародної кооперативної інтеграції як доповнюючої моделі євроінтеграції.

З усіх підсистем кооперативного сектора в Україні споживча кооперація є найбільш структурованою і організаційно оформленою: діє як соціально-економічна система і має диверсифіковану діяльність, що є характерною рисою розповсюджених в розвинених країнах багатофункціональних кооперативів. Втім, на сьогодні найбільш гострими проблемами сучасного розвитку національної споживчої кооперації залишаються недостатня адаптація до ринкових форм і методів

господарювання та істотне руйнування ресурсного потенціалу в складних економічних умовах сьогодення.

Результати проведеного аналізу перспектив діяльності споживчої кооперації України дозволили виокремити переваги цього сектора національної економіки, які слід вважати внутрішніми чинниками позитивного впливу на нарощення зовнішньоторговельної діяльності:

- організаційно-правові засади функціонування: правова легітимність діяльності; дієва законодавча база; власна соціальна база членів; підтримка місцевих органів влади;

- організаційно-економічні засади господарювання: багатогалузевий характер діяльності; традиційні внутрішньогосподарські зв'язки; власна сировинна і товарна база; гарантований ринок збуту продукції; досвід зовнішньоекономічної діяльності;

- власна інфраструктура функціонування: сформована матеріально-технічна база; диференційованість підприємств та ієрархічність системи в цілому;

- власна багаторівнева система підготовки кадрів: кваліфікований кадровий персонал та науковий потенціал.

Дослідження факторів макросередовища зовнішньоекономічної діяльності споживчої кооперації України засвідчили:

- наявність сформованої правової бази для здійснення і розвитку зовнішньоторговельної діяльності системи споживчої кооперації України: Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1], Закон України «Про споживчу кооперацію», в якому відображені міжнародні принципи кооперації та врахований досвід роботи кооперації різних країн світу [2], Стратегія розвитку споживчої кооперації України [3];

- незважаючи на кризовий стан економіки України, на загал створює потенційні можливості розвитку зовнішньоторговельної діяльності споживчої кооперації за рахунок реалізації наявних внутрішньосистемних резервів;

- дискредитація в суспільстві іміджу цієї форми господарювання навіть попри історичну національну схильність до колективної праці, стримує розвиток споживчої кооперації і, відповідно, не сприяє жодному з видів міжнародного кооперативного співробітництва;

- недостатній рівень оновлення і технічного переоснащення доволі застарілого (як морально, так і фізично) обладнання, безумовно, негативно впливає на конкурентоспроможність виробленої продукції і на внутрішньому, і на зовнішньому ринках.

Все вищезазначене свідчить про достатній потенціал системи національної споживчої кооперації зайняти гідне місце в розвитку зовнішньоторговельної діяльності України за рахунок збільшення експортного потенціалу, нарощення конкурентоспроможності виробництв, підвищення самостійності підприємств і організацій системи.

Список використаних джерел

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.91 // Вісн. Верхов. Ради України. – 1991. – № 29.
2. Про споживчу кооперацію : Закон України від 10 квіт. 1992 р. № 2687-ХІІ (зі змін. і допов.) // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 30.
3. Стратегія розвитку споживчої кооперації України на 2004–2015 рр. – К. : Укоопспілка, 2004. – 44 с.

Денисюк В.А.,

к.т.н., с.н.с.

*Центру досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки
ім. М. Доброва НАН України*

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ОБОРОТУ ТОВАРАМИ ЗА РІВНЕМ ТЕХНОЛОГІЧНОСТІ У ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

До найважливіших критеріїв інноваційного розвитку регіональної економіки належать підвищення економічної ефективності зовнішньоторговельного обороту товарів в регіоні, а також ступінь участі регіону в міжнародній торгівлі високотехнологічними та наукомісткими товарами.

Мета роботи полягає в аналізі динаміки змін в експортно-імпортних операціях в Харківському регіоні в 2007–2013 рр. на основі оцінки обсягів експорту продукції 5-го ТУ (високих технологій), 4-го ТУ (середньо-високих технологій) і 3-го ТУ (середньо-низьких технологій, включаючи галузі низьких технологій) і коефіцієнтів покриття експортом імпорту за рівнем технологічності, а також розробка рекомендацій щодо вдосконалення регіональної політики в сфері розвитку експортного потенціалу області.

Для оцінок експорту / імпорту продукції 5-го ТУ, 4-го ТУ і 3-го ТУ в роботі використані опубліковані рекомендації д.е.н., проф. Бажала Ю.М. за погодженням класифікації рівня технологічності товарів за методологією, прийнятою в країнах ОЕСР для обробної промисловості з даними Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД).

При аналізі показників 2007-2013 рр. виявлена тенденція підвищення обсягів експорту продукції з 1143,0 млн. дол. США в 2007р. до 1987,3 млн. дол. США в 2013р. (в 1,74 рази). Найбільш істотне зростання встановлено для товарів 3-го ТУ з 523,5 млн. дол. США в 2007 р. до 1104,9 млн. дол. США в 2013 р. (майже в 2,1 рази) при деякому збільшенні частки цієї продукції в загальному експорті регіону по кожному року з 45,8% до 55,6%.

У той же період обсяги експорту продукції 4-го ТУ зросли з 338,6 млн дол. США до 486,9 млн дол. США (в 1,44 рази) при деякому зниженні частки цієї продукції в загальному експорті регіону з 34, 0% до 24,5%. Найсуттєвіше зниження обсягу експорту продукції 4-го ТУ відзначено в умовах фінансово-економічної кризи в 2009 р. (321,0 млн дол. США), що менше в порівнянні з 2008 р. в 1,28 рази. При цьому питома вага продукції 4-го ТУ в структурі експорту регіону в 2009 склала 24,6%, що нижче на 7,4% порівняно з попереднім роком.

У 2013 експорт товарів 5-го ТУ був рівнем 395,5 млн дол. США, що в 1,72 рази вище, ніж в 2007 р., однак частка експорту високотехнологічної продукції в структурі експорту склала в 2012–2013 рр. (18,8 – 19,9)%, що нижче в порівнянні з 2010 р. (20,6) %. У 2013–2012 рр. сумарний експорт продукції 4-го і 5-го ТУ в структурі експорту регіону знизився до (44,8–44,4)% у порівнянні з 2007–2008 (54,2–51,9)%. Причина таких змін полягає в нарощуванні сукупного експорту товарів в регіоні, за рахунок продукції 3 ТУ.

Максимальне значення питомої ваги продукції 5-го ТУ в обсязі експорту склало 26,2% в кризовий 2009 р, що підтверджує тезу про те, що попит на продукцію з високою наукоємністю на міжнародних ринках зберігається і в умовах проблем розвитку світової економіки. В цілому можна констатувати успіхи Харківського регіону з експорту продукції 5-го ТУ в порівнянні з іншими регіонами України.

Аналіз динаміки змін коефіцієнта покриття імпорту експортом від 0,50 у 2007 р. до 0,87 в 2013 р показує, що в досліджуваний період часу експорт по всій номенклатурі товарів в Харківському регіоні не покриває імпорт, що свідчить про не збалансованість вартісних обсягів експортних та імпортних операцій. Показано, що незважаючи на

розглянуті деякі тенденції у підвищенні обсягів експорту продукції в Харківському регіоні, область за показником експорту на 1,0 тис. чол. населення значно відстає від деяких нових країн-членів ЄС.

Для формування прогресивних структурних змін в експорті товарів в Харківському регіоні актуально здійснення реформ і програм у сферах побудови інноваційної інфраструктури, формування регіональних інноваційних кластерів, активізації взаємодії державних наукових організацій та державних вищих навчальних закладів з промисловими підприємствами з метою просування новітніх технологій у виробництво, реалізації політики держзамовлень на високотехнологічну та наукомістку продукцію, розвиток державно-приватного партнерства в інноваційних галузях, створення інноваційних фондів на національному та регіональному рівнях за рахунок прямих бюджетних інвестицій і паритетної участі компаній, реалізації сучасних механізмів венчурного інвестування, більш активного залучення передових транснаціональних високотехнологічних компаній в економіку області, мотивації бізнесу до інноваційної діяльності та ін.

Дорошенко М.М.,
к. т. н., доцент КНТЕУ

СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Сучасна економічна реформа в Україні, яка здійснюється у напрямі ринкових перетворень, докорінно змінює характер та процес управління підприємством. Суттєво змінюються і підвищуються вимоги до кваліфікаційного рівня менеджерів.

У контексті цих завдань потрібно скласти сучасний глосарій, тобто сформулювати довідник для таких нових, але уже адаптованих у інноваційному менеджменті понять, як: інновація, новація, нововведення, управління інноваційним процесом в організації, стадії інноваційного процесу в організації, ініціація, елементи інноваційного процесу, інноваційна дифузія, новина, інновація менеджменту організації. Це і є стислим завданням цих тезисів.

Термін «інновація» походить від англ. *innovation* – нововведення чогось нового щодо організації чи її безпосереднього оточення. З поняттям «інновація» пов'язані такі поняття «відкриття» та «винахід».

«Інновація» – це економічна категорія. Як категорія інновація відображає найбільш загальні і суттєві властивості, ознаки, зв'язки і відносини виробництва, торгівлі та інших видів діяльності і реалізації нововведень. Сутність економічної категорії проявляється в її функціях. Інновації засновуються на новинах або нововведеннях, які носять назву «новації».

Нововведення – це заміна чогось старого (об'єкта, системи, механізму, методу, принципу, обладнання тощо) на нове. Це, по суті, основна рушійна сила людського суспільства, продуктів його діяльності в цілому.

Без постійного впровадження нововведень в діяльність будь – якої організації її життєвий цикл різко скорочується і практично стає неможливим досягнення поставлених цілей на кожному етапі її діяльності.

Управління інноваційним процесом в організації передбачає здійснення процесу створення, розповсюдження та втілення новини, яка задовольняє нові суспільні потреби. Інноваційний процес завжди спрямований на розробку та реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок та інших науково – технічних досягнень в новий або удосконалений технологічний процес, який використовується в практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки.

Інноваційний процес в організації складається з окремих стадій, які відрізняються організацією праці, управління, фінансування стадій інноваційного процесу, котрий являє собою єдиний потік.,

Інноваційний процес, у загальному вигляді, є послідовним переходом від зародження ідеї можливого нововведення до створення, реалізації та дифузії цього нововведення.

Початком інноваційного процесу в організації є ініціація. Ініціація походить від лат. initiation – викликати, починати. Це діяльність, яка полягає у виборі цілі інновації, постановці задач, пошуку основної ідеї інновації, її техніко – економічному обґрунтуванні і в матеріалізації ідеї, тобто у перетворенні ідеї в річ або товар (майно, документ майнового права, комерційний договір).

Інноваційний процес включає в себе наступні елементи:

- 1) ініціація інновацій;
- 2) маркетинг інновацій;
- 3) випуск (виробництво) інновацій;
- 4) реалізація інновацій;
- 5) просування інновацій на ринки їх збуту;

- 6) оцінка економічної та соціальної ефективності інновацій;
- 7) дифузія інновацій.

Інноваційна дифузія – це визначений рівень сприйняття та розповсюдження новини в нових регіонах, на нових ринках, в новій фінансовій ситуації, тощо.

Під терміном «новина» розуміють новий вид продукту, технології, методу, принципу як кінцевий результат інноваційного процесу, що потребує суспільство.

У новині реалізуються нові застосування наукових та технічних знань, які дозволяють організації досягти поставлених раніше цілей.

Інновація менеджменту організації – це операції і процедури управління, заходи, інформаційні системи, оргструктури, які вперше застосовуються на підприємстві [1].

Таким чином, стисле завдання цих тезисів, у загальному вигляді, виконано. Тобто розглянути основні поняття сучасного інноваційного менеджменту, та взаємозв'язок між ними, там де він існує.

Список використаних джерел

1. Мошек Г.Є. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях : навч. посіб. – Ч. 2. / Г. Є. Мошек, Л. А. Гомба ; за ред. Г.Є. Мошека. – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 213 с.

Дрига С.Г.

д.е.н., професор КНТЕУ

ДЕРЖАВНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ АБСТЕНЦІОНІЗМ

Мене дивує наївність людей, які розмовляють про інновації в сучасній Україні. Про що може йти мова у країні, в якій на розвиток малого, середнього бізнесу дають кредити за ставками які перевищують 30 відсотків? Це стан економічної ентропії, відсутність умов відтворення традиційної економіки. За таких умов жодної інновації тут не було впроваджено і не буде впроваджено ніколи, поки не знайдуться дешеві і довгі гроші, які потрібні і для підприємництва і для науки.

Широко поширена думка, що перехід до інноваційної економіки – це хоча й складне завдання, але цілком вирішується застосуванням комплексу відомих інструментів, які вже виправдали себе у розвинених країнах. І справа лише за політичною волею і здатністю мобілізувати

необхідні ресурси. Якби все було так просто, то ми б давно спостерігали тотально інноваційний світ. Але це не так, ми бачимо лише дуже невелику кількість країн з ефективною інноваційною економікою. В рейтингу Global Innovation Index 2014 від Корнельського університету, бізнес-школи INSEAD та Всесвітньої організації інтелектуальної власності WIPO Україна посіла 63-є місце, торік інноваційний потенціал України був оцінений ще нижче – країна займала 71-е місце. Склад країн перших 30-ти місць Індексу за всі роки не змінився. Підсумковий індекс являє собою співвідношення витрат і ефекту, що дозволяє об'єктивно оцінити ефективність зусиль з розвитку інновацій в тій чи іншій країні. Незмінною залишається й розподіл країн світу щодо їх внеску у загальний щорічний кошик інновацій: приблизно по 30% інновацій припадає на США, країни ЄС та Японію, решта – на всі інші країни світу.

Лідерство США підтверджується абсолютною перевагою у кількості зареєстрованих патентів і витратах на R&D, кількості інноваційних стартапів та розвитку венчурних компаній. Країни ЄС та Японія складають серйозну конкуренцію США фокусуючись на складових: покращення науки, інженерної і математичної освіти, залученні високоосвічених іммігрантів, збільшенні державних витрат на дослідження та податкових пільгах.

У такому сенсі, організації інноваційної діяльності як системного процесу, у сучасній Україні інноваційна політика взагалі відсутня. Більшість існуючих в цій галузі концепцій, стратегій, програм практично не реалізуються, при цьому, фіктивно-демонстраційна інноваційна активність органів влади стійко відтворюється з року в рік. В сучасній Україні немає умов виходу на передові науково-технологічні рубежі, а у керівництва держави, що працює в «пожежному» режимі «руки не доходять» до їх створення. Крім того, через методологічну невідповідність чиновництва втрачається розуміння ним складної ситуації, що склалася.

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і таким, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово-розвинених країнах і потребам інноваційного розвитку. Україна належить до групи країн з дуже низьким рівнем високотехнологічної продукції в експорті (5%), у той час як у середньому в світі цей показник досягає 21% (Філіппіни – 65%, Ірландія – 41%, США – 32%, Росія – 13 %).

На моє переконання найбільшими загрозами, які склалися на даний час і є вкрай небезпечними для України, у питанні відродження інноваційного спрямування розвитку економічної системи країни виступають наступні:

1. Деінтелектуалізація і депрофесійність більшості з дієздатних громадян України, як наслідок руйнівних процесів у політико-економічній системі держави за останні 25 років.

2. Деформація інфраструктури забезпечення життя, здоров'я, виховання, навчання, творчості, відновлення якої вимагає багатьох років праці і величезних фінансових витрат.

3. Вітчизняна економіка не приваблива навіть для само інвестування, а для трудових мігрантів та емігрантів немає достатньо сприятливих умов для вкладення заробленого у власне майбутнє в Україні.

4. В Україні є очевидна невідповідність інститутів влади і науки системним завданням виживання.

Висновки. В умовах сучасної дезорганізації в інноваційному секторі держава повинна взяти на себе інтегруючу роль для подолання деструктивних процесів неефективного використання науково-технічних знань і розробок в процесі створення інновацій. Серйозною проблемою є також брак державного фінансування науково-дослідних розробок, що перешкоджає їх розвитку та поширенню. На даний момент перед Україною стоїть найважливіша проблема вибору стратегії розвитку – або існуюча зараз сировинна експортоорієнтована, або інноваційна. Якщо уряд декларує курс на інноваційний розвиток, то вже зараз необхідно подолати протиріччя в розподілі ресурсів за сферами промисловості і науки.

Освоєння п'ятого і перехід до шостого технологічного укладу трактують необхідність значних фінансових впливів в розвиток домінуючих напрямків. Але за умов незначного фінансування зазначених напрямків і переважного інвестування видобувних галузей промисловості не можна привести країну не тільки до інноваційного, але і до якого-небудь розвитку. З міжнародного досвіду відомо що для інтенсивного науково-технічного розвитку темпи зростання інвестицій в високотехнологічний сектор повинні перевищувати темпи зростання ВВП. Це пов'язано з необхідністю постійного фінансування базисних інновацій, результат застосування яких неможливо одержати за один рік.

Головними дестабілізуючими факторами інноваційного розвитку є політико-економічні і політично-правові фактори, які в Україні протидіють створенню умов до інноваційного розвитку та приречуть вітчизняну економічну систему на подальшу депресію якщо не будуть вжиті надзвичайні заходи по становленню принципово нового підходу до вирішення цієї проблеми.

ІНТЕГРАЦІЯ В МІЖНАРОДНІ ВИРОБНИЧІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Міжнародні виробничі мережі (МВМ) є одним з важливих факторів інноваційної трансформації країн та регіонів. По-перше, вони охоплюють весь цикл створення вартості продукту, починаючи з видобутку сировини і виробництва, закінчуючи його продажем та утилізацією. По-друге, вони є тим каналом, по якому йде трансфер глобальних знань і технічних ноу-хау в регіональні структури. Завдяки цьому частина регіонів колишньої периферії змогла в короткий час перетворитися на нові інноваційні регіони світу, зі спеціалізацією в секторі висококваліфікованих послуг, виробництва наукомісткої продукції, генерування наукових знань. Інноваційна діяльність набуває глобального характеру, припиняючи бути монополією індустриально розвинених країн, що є особливо актуальним для країн, що розвиваються і країн з перехідною економікою, які бачать в інноваційному розвитку базис для довгострокового, стабільного економічного зростання, модернізації господарства, подолання технологічного відставання від індустриально розвинених країн.

Що стосується України, то така бізнес-модель ще не отримала широкого використання в українських умовах. Між тим слід зазначити, що учасниками МВМ в галузі електроніки вже: Київська «Фабрика АЛС», яка збирає ПК Hewlett-Packard; Jabil Circuits – випускає компоненти для телефонів Nokia на заводах в Закарпатті, а також компанія Eletronics має в Києві команду розробників і завод у Берегові на Закарпатті. В галузі авіабудування потенційними учасниками МПС є Харківський авіазавод і завод «ФЕД», енергообладнання – ВАТ «Турбоатом» і об'єднання «Електроважмаш», електроніки – Харківський електроапаратний завод, ВО «Моноліт», Харківський релейний завод та ін. За такою ж бізнес-моделі виробництва вже працюють деякі вітчизняні фармацевтичні компанії, обслуговуючи як зарубіжні, так і вітчизняні замовлення. Так, ЗАТ «Фармак» (м. Київ) виконує замовлення для Zentiva (Словацька республіка), ТОВ «Микроком» (м. Рубіжне), ЗАТ «ФФ Дарниця» (м.Київ) – для Shering AG (Фінляндія), ТОВ «Інфамед» (м. Київ), ЗАТ «Лубнифарм»

(м. Лубни) – для ТОВ «Фармлінк» (м. Київ), ТОВ «Вега» (м. Харків), ТОВ «Про-Фарма» (м. Київ); ЗАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» (м. Київ) – для Apotek (Канада) та ін. [1, с. 27].

З усього числа аграрних транснаціональних компаній, що працюють в Україні, можна виділити найбільш відомі: Cargill (рослинництво і тваринництво, продукти харчування), McDonald's, Nestle, Kraft Foods (ТМ «Люкс»), Lactalis (ТМ «President»), Kernel (ТМ «Щедрий Дар», «Стожар») Pepsico, Danone («Даніссімо», «Актімель»).

1. Міжнародний економічний простір все більше пронизує суцільна мережа стійких виробничих зв'язків, в які вплетені мільйони великих, середніх і малих підприємств-постачальників напівфабрикатів або модулів та підприємств-збирачів кінцевих продуктів з різних країн. Мережа таких зв'язків найбільш тісна у високорозвинених регіонах світу, але вона досить швидко розростається, охоплюючи середньорозвинених і менш розвинені регіони. Економічна глобалізація, що почалася в сфері торгівлі і фінансів, знаходить все більшу підтримку в сфері матеріального виробництва. Виходячи з цього, стратегія економічного розвитку України в сучасний умовах повинна передбачати сприяння процесам транснаціоналізації українського корпоративного капіталу на користь нарощування його конкурентоспроможності та фінансового потенціалу, а не боротьбу з ними через реприватизацію. Формування українських ТНК може стати одним із стратегічних пріоритетів державної політики, за умови створення відповідної зовнішнього середовища (податкового стимулювання, у тому числі вибіркоче стимулювання перспективних підприємств і областей). При цьому забезпечення балансу між іноземними та українськими ТНК загострить конкурентну боротьбу на ринку і сприятиме як кращому задоволенню потреб споживачів, так і підвищенню конкурентоспроможності національної економіки.

Список використаних джерел

1. Могилюк В. Контрактное производство и услуги (аутсорсинг) в фармотрасли / В. Могилюк, Е. Резцов, Д. Рябко, Е. Могилюк // Фармацевтическая отрасль. – 2010. – № 1 (18). – С. 24–27.

Єгоров С.О.,
к.е.н., директор
Центру трансферу технологій Академії
технологічних наук України
Дятчик Д.І.,
інженер I категорії, НТУ
Покшевицька Т.В.
технік I категорії, НТУ

ОФІС ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ В УНІВЕРСИТЕТІ

Трансфер інноваційних технологій дозволить прискорити технологічний розвиток підприємств та відновити їх потужності, що підвищить конкурентоспроможність вітчизняних продуктів та зменшить їх ціни. Впровадження та комерціалізація конкурентоспроможних передових технологій, ефективний технологічний обмін розширить можливості високотехнологічного експорту та імпорту, сприятиме налагодженню техніко-економічного співробітництва між Україною та зарубіжними державами. Успішний процес інтеграції України в світове економічне співтовариство не можливий без координації зусиль з випуску якісної та безпечної продукції. Успіх іноземних країн зумовлює необхідність вивчення іноземного досвіду, зокрема щодо створення офісів трансферу технологій [1].

Головне завдання офісу трансферу технологій в університеті стати центром накопичення наукових розробок університету та подальшої технологічної оцінки пропозиції для представлення потенційним партнерам і інвесторам. Для цього менеджери офісу проводять технологічний аудит наукових розробок університету. Спільно з авторами розробки формують технологічні пропозиції – маркетингова інформація про технологію або її складову у вигляді технологічного профілю. Технологічна пропозиція – є основним документом, що служить для пошуку потенційних партнерів в національних та міжнародних мережах трансферу технологій [2].

Але для того, щоб реалізувати проект – вивести технологію на національний чи міжнародний ринок, керівник офісу трансферу технологій в університеті та/або автор не повинні зупинятися відразу після публікації профілю в мережі. Це лише перший крок, який дозволяє формалізувати рух об'єктів інтелектуальної власності на шляху від ідеї до впровадження.

Менеджери офісу трансферу технологій повинні вміти вільно користуватися інструментами мереж трансферу технологій:

- Для пошуку партнерів використовуються електронні платформи мереж трансферу технологій, періодичні інформаційні розсилки, брокерські з'їзди та технологічні місії.
- В переговорах беруть участь професійні технологічні менеджери і технологічні брокери.
- Подача інформації про технології здійснюється в єдиному форматі (технологічні профілі запитів та пропозицій), що відображає технічні особливості та можливі варіанти ринкового застосування розробок.
- Стандартна методологія роботи та напрацьований юристами пакет типових документів (ліцензійна угода, авторський договір, угода про технічне співробітництво, угода про спільне підприємство тощо).
- Участь в виставках і конференціях, конкурсах стартапів, Road Show, публічних інших інноваційних заходах.

Автори інноваційних ідей спільно з менеджерами офісу трансферу технологій також повинні використовувати інтернет-інструменти: веб-сайти, соціальні мережі, партнерські інформаційні розсилки, реклама в Інтернет [3].

Підсумовуючи вищевикладене, можна дійти висновку щодо необхідності прискорення створення офісів трансферу технологій при вищих навчальних закладах України з метою ефективного управління існуючими та створеними у майбутньому результатами наукової і науково-технічної діяльності, їх успішної комерціалізації та утворення принципово нової схеми взаємодії між університетською наукою і промисловістю з урахуванням потреб ринку та економіки країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Дмитриченко М.Ф. Міжнародний досвід створення центрів трансферу технологій / М.Ф. Дмитриченко, С.О. Єгоров, Д.І. Дятчик // Інформаційні процеси, технології та системи на транспорті. – 2014. – №1. – С. 91–95.
2. Сайт «Національна мережа трансферу технологій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nttn.org.ua> – Заголовок з екрана.
3. Єгоров С.О. Університетський офіс трансферу технологій: функції, завдання, інструменти / С.О. Єгоров, Є.А. Рудницький // Матеріали конференції «Трансфер технологій: реалии и перспективы». – Запоріжжя, 30 січ. 2015 р. – С. 10–13.

Жук Т.В.,
*к.е.н., старш. викл. кафедри економіки та
фінансів підприємства КНТЕУ*

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах господарювання намітилися нові тенденції, а саме: недоотримання прибутку (отриманням збитку) підприємствами різних галузей, зниження рівня державної підтримки, зменшення обсягів інвестицій та кредитів, зниження рівня купівельної спроможності населення. У результаті чого значно зростає роль інновацій, які застосовуються підприємствами для подолання проблем, а відповідно й оцінки результативності та ефективності їх фінансування.

Питанню оцінювання результативності та ефективності інноваційної діяльності, інноваційних проектів займаються такі науковці: Василенко В.О. [1], Волков О.І. [2], Возняк Г.В., Зарембо Ю.Г., Йохна М.А. [3], Микитюк П.П., Трифилова Г.О. та ін. У результаті їх досліджень було відокремлено показники результату й витрат, які можуть застосовуватися при оцінці фінансування інновацій підприємств торгівлі. Відсутність єдиного підходу щодо показників оцінки результативності та ефективності фінансування інновацій обумовлює їх систематизацію за рівнями управління.

На рівні інноваційного проекту основними показниками оцінки ефективності фінансування є дисконтні показники або традиційні, які не враховують фактор часу. Зазначені показники можуть використовуватися для порівняння з запланованими (цільовими) значеннями у розрізі окремих: етапів інноваційного процесу, періодів реалізації, а також виборі альтернативних проектів.

Показники оцінки результативності на рівні інноваційної програми дозволяють оцінювати результати здійснення інноваційної діяльності підприємств по окремих підрозділах підприємства.

На рівні інноваційного розвитку підприємства всі зазначені вище показники оцінки результативності та ефективності фінансування на рівні інноваційної діяльності розглядаються як приріст, який може мати як від'ємне, так і позитивне значення.

Систематизація показників, які входять у вище зазначені групи представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Показники оцінки результативності і ефективності фінансування інновацій підприємств торгівлі.

Показники результативності	Показники ефективності
1. Інноваційний проект	
1.1. Ступінь досягнення планового обсягу доходу	1.1. Чистий приведений дохід
1.2. Ступінь досягнення планового обсягу прибутку	1.2. Індекс доходності
	1.3. Індекс рентабельності
	1.4. Період окупності
	1.5. Внутрішня норма доходності
	1.6. Витратоємність
2. Інноваційна програма	
2.1. Ступінь досягнення планового обсягу доходу	2.1. Чистий приведений дохід
2.2. Ступінь досягнення планового обсягу прибутку	2.2. Індекс доходності
2.3. Коефіцієнт матеріалізації	2.3. Індекс рентабельності
2.4. Коефіцієнт самофінансування	2.4. Період окупності
2.5. Рівень інноваційної активності	2.5. Внутрішня норма доходності
2.6 частка прибутку від інновацій у сумі прибутку	2.6. Витратоємність
2.7. Коефіцієнт співвідношення витрат	2.7. Вартість залучених фінансових ресурсів
3. Інноваційний розвиток підприємства	
3.1. Приріст ринкової вартості підприємства	3.1. Приріст доходності
3.2. Приріст коефіцієнта автономії	3.2 приріст рентабельності інвестицій
3.3 приріст рівня інноваційної активності	3.3. Приріст вартості залучених фін. Ресурсів
3.4. Приріст частки прибутку від інновацій у сумі прибутку	3.4. Приріст витратоємності на фін. Управління
3.5. Приріст коефіцієнта співвідношення витрат	3.5. Приріст витратоємності

Представлена система оцінювання результативності та ефективності фінансування інновацій підприємств торгівлі може бути застосована і для обґрунтування позапроектних інновацій.

Список використаних джерел

1. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В.О. Василенко, В.Г. Шматько. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 440с.
2. Економіка та організація інноваційної діяльності : підручник. – 3-є вид. / О.І. Волков, М.П. Денесенко, А.П. Гречан та ін. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 662 с.
3. Йохна М.А. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К. : Академія, 2005. – 400 с

Жукович І.А.,

*к.е.н., с.н.с., завідувач відділу методології статистики науки
та інновацій НДІ статистичних досліджень,
викладач кафедри маркетингу та реклами КНТЕУ*

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ МІСТ

Із кожним роком науковці дедалі більше уваги приділяють вивченню питань побудови рейтингів і типологізації територій щодо інноваційного розвитку. Простежується закономірність: чим вищий рівень просторової деталізації, тим менше доступних статистичних даних для оцінювання інновацій. Це, зокрема, підтверджено незначною кількістю досліджень, присвячених порівняльному оцінюванню інноваційного розвитку міст. Самим відомим та наймасштабнішим із таких досліджень є Глобальний індекс інновацій міст (ГІІМ) (Innovation Cities Global Index), який публікує австралійська консалтингова компанія 2THINKNOW з 2006 року. Це єдиний рейтинг інноваційності міст, розроблюваний регулярно [1]. Його основна мета – оцінити умови, пропоновані окремими містами, щоб допомогти підприємцям, які зацікавлені в інноваціях. Експерти, які складають рейтинг, інноваційним вважають комфортне, ефективно функціонуюче, безпечне місто з розвинутими інфраструктурою та культурою.

У 2014 р. було опубліковано восьму редакцію щорічного рейтингу. Експерти досліджували 1540 міст, по кожному з яких було проаналізовано 162 показника, які зібрані в 3 групи факторів (передумов для інновацій): культурні цінності (мистецтво, культура, спорт, музика, навколишнє середовище, парки, розвиток творчого потенціалу та інші), інфраструктура (промисловість, бізнес, технології,

стартапи, роздрібна торгівля, комунальні послуги, транспорт, реалізація проектів та інші) та мережеві ринки (економічний, військовий, торговельний фактори, фактор підключення до глобальної мережі та інші).

За результатами експертного оцінювання до підсумкового списку було відібрано 445 міст. Їх розподілили за рівнем підтримки інновацій та мірою впливу на економіку і соціальну сферу своєї країни й інших держав, на п'ять груп :

- **«ядро»** (Nexus) – міста, що досягли максимальної взаємозалежності і взаємопроникнення соціальних та економічних інновацій. Інноваційна діяльність на їх територіях є не лише джерелом розвитку, а й способом життя і соціальної взаємодії;

- **«центр»** (Hub) – міста, де інновації здійснюють визначальний вплив на ключові економічні та соціальні процеси відповідно до глобальних трендів розвитку;

- **«вузол»** (Node) – міста, у яких створені вузлові інноваційні виробництва або сегменти, проте спостерігаються ключові дисбаланси розвитку;

- **«впливовий»** (Influencer) – міста, що є конкурентоспроможними в деяких інноваційних сегментах, характеризується концентрацією потенціалу, але ця концентрація має нестійкий та розбалансований характер;

- **«новачок»** (Upstart) – міста, які роблять лише деякі кроки в напрямку налагодження виробництва в невеликій кількості інноваційних сегментів.

За версією ГПМ 2014, найінноваційнішим містом планети є Сан-Франциско (індекс 57). Другий у рейтингу – Нью-Йорк (індекс 56). Кращим серед європейських міст визнано Лондон (індекс 56), який у рейтингу посів третю позицію. Вони, як і інші nexus-міста, помітно впливають на розвиток людської цивілізації загалом. До першої десятки міст також увійшли Бостон, Париж, Відень, Мюнхен, Амстердам, Копенгаген, Сіетл. Останнє місце посідає Кабул з індексом 18.

До рейтингового списку потрапило чимало міст із пострадянських країн, переважно із Росії та України. Однак у топ-100 увійшли лише Москва (63-ге місце) і Санкт-Петербург (81-ше місце).

На жаль, українські міста, зокрема Львів (350-те місце) і Київ (361-ше місце), розташовані ближче до кінця переліку, належать до групи Influencer. Також до рейтингу потрапили Одеса (397-ме місце), Харків (400-те місце), Дніпропетровськ (402-ге місце).

Згідно з рейтингом, лише у десяти країнах є більш ніж по десять міст, які можна вважати інноваційними: у США – 113; Китаї – 23; Франції та Росії – по 20; Великій Британії – 15, Канаді – 14, Індії та Австралії – по 13, Італії – 11; Японії – 10.

Список використаних джерел

1. Read Knowledge Library. Innovation Cities Index 2014. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.knowledgebusiness.com/>

Жуковська В.М.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту КНТЕУ

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Формування інноваційної економіки є стратегічним напрямом розвитку нашої країни. Уряд України неодноразово заявляв про пріоритетність інноваційного розвитку національної економіки. Але зважаючи на окремі локальні прориви, Україні не вдається уникнути залежності від імпорту товарів і технологій. Прискорений інноваційний розвиток, що базується на знаннях та інтелекті потребує нової якості від системи вищої освіти. Як показує практика, за рахунок вищої освіти високорозвинені країни отримують до 40% приросту валового внутрішнього продукту, а головними рушіями інтелектуалізації є глобальні суб'єкти – міжнародні організації, держави лідери, потужні корпорації, інноваційні кластери, відомі особистості, які формують і визначають майбутні пріоритети.

Інноваційний підхід в роботі менеджера (інноваційна праця) передбачає таку форму трудової активності, якій притаманний процес перманентного наукового пошуку нових рішень та результатом якої є творчий доробок, нововведення, соціальна або уречевлена цінність, задоволення потреб працівників і підприємства. Варто зазначити, що успішні компанії-лідери здійснюють інвестиції в програми, зміст яких пов'язаний з розвитком кроскультурних компетенцій, трансфером знань в командах та територіально віддалених підрозділах, передбачені спеціальні програми розвитку талантів в умовах змін та гнучких мотиваційних схем. У поведінці висококваліфікованого персоналу провідних компаній світу все більшу значущість набувають вищі цінності: соціальний інтелект, інноваційна творча праця, розвиток

особистості. Ті підприємства, які раніше за інших трансформують свої цінності у бізнес цілі матимуть переваги у конкурентній боротьбі.

Власники та директори компаній зацікавлені у висококваліфікованих працівниках у яких домінують мотиваційні потреби щодо прагнення до творчої самореалізації, відчуття задоволеності від якісно виконаної роботи, причетності до зміцнення конкурентних позицій підприємства в якому вони працюють, визнання свого професіоналізму у колективі. Визначальною цінністю трудової поведінки та системі оцінювання персоналу підприємств в нових умовах стає спрямованість на одержання та оновлення знань, опанування технологіями пошуку та обробки інформації, швидке опановування і використання програмного забезпечення.

Загальним показником, який відображає загальний рівень розвитку країни або регіону є Індекс економіки знань (The Knowledge Economy Index), що розроблений спеціалістами Світового Банку. Індекс економіки знань враховує такі складові як: якість стимулювання економіки, залучення інновацій та нових технологій, рівень освіченості та професійної підготовки населення, розвиток інформаційної та телекомунікаційної інфраструктури. Варто підкреслити, що в умовах надлишкової пропозиції робочої сили на українському ринку праці вартісні характеристики трудових послуг робочої сили коригуються переважно економічними інтересами та фінансовими можливостями роботодавців. В умовах сучасних реалій України для більшості працівників це означає невідповідність між реальною вартістю трудових послуг робочої сили і ціною праці на ринку (остання є значно меншою за її вартість).

Сьогодні критичними проблемами вищої освіти є питання пов'язані з нею недосконалість механізмів взаємодії освіти та ринку праці, моніторинг та прогнозування потреб ринку праці, недостатність використання електронних технологій у підготовці фахівців. Водночас варто зазначити, що рівень безробіття в Україні на 2015 рік буде зберігатися високим в умовах скорочення внутрішнього ринку робочої сили, активного мігрування населення зі Сходу, скорочення чисельності державних службовців тощо. У центрі зайнятості стверджують, що криза робочих місць найбільше вразила молодь, не лише в Україні, а й в усьому світі. У глобальному масштабі безробіття серед молоді утричі більше, ніж серед дорослих. Середній же показник із безробіття серед молоді до 25 років в світі становить 13% [1].

Тому регулюючі заходи держави, в інтересах стимулювання інноваційної активності працівників мають спрямовуватися, передусім,

на реформування оплати праці, підвищення її частки в структурі національного доходу, зростання державних і недержавних інвестицій у підготовку та перепідготовку національних кадрів, у розвиток освіти, забезпечення її модернізації, безперервності, насиченості інформаційними технологіями, неухильної інтелектуалізації праці. Адже талановита молодь є головним локомотивом конкурентоспроможності країни та забезпечує розвиток і впровадження новітніх технологій в організації.

Список використаних джерел

1. Безробіття серед молоді в Україні викликано невідповідністю освіти вимогам економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.racurs.ua/news/8725>

Забалдіна Ю.Б.,
*доцент кафедри готельно-
ресторанного та туристичного
бізнесу КНТЕУ*

ДЕРЖАВНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА В ТУРИСТИЧНОМУ СЕКТОРІ НОРВЕГІЇ

Одним з найефективніших прикладів регулювання технологічних ініціатив у сфері туризму можна вважати Норвегію, де на початку 2000 років було прийнято цілу низку документів національного масштабу, у тому числі План дій для індустрії туризму, в яких було акцентовано увагу на необхідності державних ініціатив, пов'язаних з цією сферою економіки, у тому числі – інноваційних; участі уряду в інноваційному розвитку туризму на місцевому рівні, особливо в сільських громадах; необхідності впровадження інноваційних продуктів і процесів для досягнення цілей сталого розвитку й укріплення конкурентоспроможності місцевих дестинацій. Реалізація заходів у межах цих документів передбачала досягнення трьох основних завдань – створення інноваційної інфраструктури туризму, стимулювання інновацій у малих і середніх підприємствах, фінансування і підтримку. Основні інноваційні очікування покладались на приватний бізнес, держава ж брала на себе функцію ініціатора та засновника співпраці між представниками приватного бізнесу та місцевою владою. Нова політика

уряду Норвегії в галузі туризму побудована на прагненні максимально залучити до інноваційного процесу малий і середній бізнес через фінансування деяких проектів через Національне бюро інновацій і проведення цілеспрямованої освітньої роботи в підприємницькому середовищі [1]. Крім того, уряд Норвегії взяв на себе зобов'язання через мережу регіональних інноваційних центрів фінансувати дослідження в галузі туризму, купувати деякі технології для місцевих DESTINACIY, брати участь у інноваційних проектах. Нині держава виділяє близько 1 млрд. крон на розвиток інновацій у туризмі, в тому числі 60% – через механізми Національного бюро інновацій, 25% – з регіональних бюджетів, решта – з місцевих. Третину суми було виділено на просування Норвегії та її окремих DESTINACIY на світовому ринку, в тому числі – на застосування сучасних маркетингових технологій, ще третина мала цільове регіональне призначення для північних регіонів країни, зокрема, спрямовувалась на покращення транспортної інфраструктури та різні культурні проекти, решта коштів було спрямована на наукові розробки в сфері туризму, та навчальні проекти в галузі гостинності, ведення сучасного туристичного бізнесу тощо. В 2012 р. в країні було прийнято Стратегію розвитку туризму, яку назвали «орієнтованою на знання» [1]. У цілому, державна інноваційна політика Норвегії в галузі туризму покликана сприяти підвищенню рентабельності в різних сегментах індустрії туризму і збільшенню частки Норвегії на міжнародному ринку, в тому числі за рахунок створення бренду та маркетингу, а її реалізацію покладено на департамент туризму державної установи – Innovation Norway. Отже, виконання поставлених завдань уряд Норвегії бачить через такі інноваційні технології [2]:

1. Проведення ефективної стратегії брендингу для літньої та зимової рекламних кампаній, для кожного з пріоритетних ринків.

2. Інтернет маркетинг, насамперед через офіційний туристичний портал visitnorway.com, доступний нині на 14 мовах. Портал має партнерські угоди з близько 90 % туристичних підприємств Норвегії, туристичними інформаційними центрами та іншими тематичними ресурсами. Портал постійно розвивається з точки зору змісту та технологій, інтегрований до системи бронювання BookNorway та до всіх соціальних медіа. Упродовж 2012 р. ресурсом скористалось близько 12 млн. відвідувачів [3].

3. Інтеграційні зв'язки з великими міжнародними операторами. Щороку Innovation Norway укладає контакти з понад 1000 міжнародних туроператорів, які продають норвезький турпродукт. Заходи передбачають навчання туроператорів, проведення семінарів і рекламних

подорожей. Таким чином створюються нові майданчики для продажу турпродукту на міжнародному ринку.

4. Проведення кампаній зі зв'язків з громадськістю в усіх відомих ЗМІ.

5. Аналіз ринку і статистика: Innovation Norway збирає і збирає статистичні дані, проводить дослідження ринку, виробляє рекомендації на основі ринкових даних та оприлюднює їх через спеціальний веб-сайт.

6. Консультування, застосування мережевих програм для надання допомоги окремим підприємствам і туристичним дестинаціям.

Подібна модель стимулювання інноваційної активності в туризмі притаманна багатьом країнам Європи, Австралії, Новій Зеландії.

Список використаних джерел

1. Innovation and Growth in Tourism [Електронний ресурс] – OECD – 2011. – Режим доступу : http://www.tava.gov.lv/sites/tava.gov.lv/files/dokumenti/petijumi/OECD_Tourism_innovation_growth.pdf.
2. Innovation Norway: travel and tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.grida.no/_res/site/file/tourism/2010/seminar/10_Ingunn%20Sornes_Innovation%20Norway.pdf.
3. www.visitnorway.com.

Забарна Е.М.,

*д.е.н., професор, зав. кафедри економічних систем і управління
інноваційним розвитком*

*Одеського національного політехнічного університету, Інститут
бізнесу, економіки та інформаційних технологій,*

Смордінова А.С.,

студентка V курсу,

Песчанська В.Г.,

студентка V курсу

ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ В ОКРЕМИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Глобальне міжнародне змагання відбувається, перш за все, у сфері створення та трансферу наукоємних технологій. Сьогодні прогресивною вважається тенденція не просто зростання експортного потенціалу, а, перш за все, його «інтелектуалізація», тобто збільшення частки наукоємних високотехнічних товарів у загальній структурі експорту.

Основа комерційного успіху трансферу технологій – це правове і фінансове забезпечення науково-інноваційної сфери. Отже, існує необхідність аналізу міжнародного досвіду у сфері правового забезпечення трансферу технологій, що і обумовлює актуальність даного напрямку досліджень.

Найвпливовіший на сьогодні міжнародний контрольний документ у сфері трансферу технологій – Угода з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності, TRIPS, яка офіційно набула чинності в січні 1995 року. Крім того, існують і інші правові акти, пов'язані з міжнародною передачею технологій, у тому числі резолюція Генеральної Асамблеї ООН, Паризька конвенція з охорони промислової власності, Договір про патентну кооперацію, Угода про субсидії і компенсаційні заходи, Угода про технічні бар'єри в торгівлі, Генеральна угода з торгівлі послугами.

Що стосується підходів до володіння правами інтелектуальної власності і розподілу роялті, то склалася така світова практика закріплення права власності на результати НДДКР. Ряд країн, у числі яких більшість країн СНД, закріпили право власності на результати НДДКР за державним замовником. США, Японія, Німеччина, Великобританія, Франція, Ізраїль – за організаціями-виконавцями. Деякі країни передбачили володіння правами власності за самими науковими керівниками (Фінляндія, Швеція, Норвегія).

Правове забезпечення сфери трансферу технологій можна проілюструвати на прикладі розвитку законодавства окремих країн світу. Найцікавішими, на нашу думку, є досвід впровадження механізму технологій в структуру державного господарювання таких країн світу, як США, Китай та Німеччина.

Мета законодавства і політики США у сфері трансферу технологій – сприяння трансферу таких технологій, які розроблені за рахунок федерального бюджету. Основним законодавчим документом, що регулює діяльність у сфері трансферу технологій, є Закон від 1986 року «Про федеральний трансфер технологій». Корпорації США приділяють велику увагу ретельній розробці договірних умов продажу технологій іноземним компаніям. Умови передачі технологій в рамках міжнародної виробничої і збутової системи транснаціональної корпорації визначаються, виходячи загалом лише із загальнокорпоративних інтересів.

Що стосується Китайської Народної Республіки, то на державному рівні трансфер технологій регулюється двома документами – імпортом та експортом каталогами технологій. Згідно з цими документами проблеми в технологічному співробітництві можуть

виникнути у тому випадку, якщо технологія загрожує національній безпеці, інтересам суспільства чи суспільній моралі. В інших випадках процедура трансферу технології залишається на розсуд сторін, щоправда, з обов'язковою реєстрацією процесу передачі в державних органах.

Німецькі компанії, в свою чергу, накопичили суттєвий досвід щодо знаходження балансу між захистом своїх інтересів на зовнішньому та внутрішньому ринках. Компанії намагаються зберегти в Німеччині принаймні частину технологій, бажано, ключову.

Таким чином, ми можемо побачити, що системи правового забезпечення трансферу технологій в країнах з розвинутою економікою об'єднує одна відмінна риса – захист інтересів національного виробника. Що ж стосується України, то на нашу думку, необхідно створювати інфраструктуру трансферу технологій, враховуючи досвід розвинутих країн, забезпечувати підтримку та захист національного виробника шляхом сприяння експорту вітчизняної інноваційної продукції.

Список використаних джерел

1. Денисюк В. Міжнародний трансфер технологій: сучасний зміст, аналіз закордонної та національної статистики / В. Денисюк // Економіст: наук. журнал. – № 2. – 2005. – С. 43.
2. Кацура С.Н. Трансфер технологий и диффузия инноваций как элементы регионального инновационного процесса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_2/0646.pdf

Зубко О.В.

к.е.н., старш. викл. кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Серед підходів до ідентифікації рівня конкурентоспроможності та чинників, які його зумовлюють, набула широкого використання методика Індексу глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ). Вона дозволяє визначити місце країни у світовому господарстві та виявити її конкурентні переваги і можливості розвитку.

За даними Звітів про індекс глобальної конкурентоспроможності ВЕФ за 2014–2015 рр., Україна досягла другої стадії розвитку – країни з ефективноорієнтованою економікою [1]. Відтак, визначальними чинниками конкурентоспроможності для України є: вища та професійна освіта, ефективність товарних ринків, ефективність ринку праці, розвиненість фінансового ринку, технологічна готовність, обсяг ринку.

За методикою ВЕФ, для країн, які в загальному рейтингу не досягли 50-го місця, будь-яка окрема складова індексу, що відповідає значенню рейтингу вище, ніж 51-е місце, вважається відносною конкурентною перевагою. Тому «Вища та професійна освіта», «Охорона здоров'я та початкова освіта» та «Обсяг ринку» є конкурентними перевагами України.

До групи критичних відставань України (позиція у загальному рейтингу нижче 100-го місця) належать: «Інститути», «Ефективність товарних ринків», «Розвиненість фінансового ринку», «Макроекономічна стабільність».

Отже, серед чинників посилення конкурентоспроможності України на стадії ефективноорієнтованої економіки наявні лише 2 важелі, у той час як інші 4 чинники мають критичний рівень.

Для того, щоб стати інноваційно конкурентоспроможною Україні слід покращити показники у групах «Технологічна готовність», «Конкурентоспроможність бізнесу» та «Інноваційність».

У рейтингу за 2014–2015 рр. Україна за субіндексом «Технологічна готовність» покращила свою позицію порівняно із 2012 р. Найбільш критичними є показники щодо переміщення ПП та технологій, доступу до новітніх технологій, використання мобільного Інтернету на 100 осіб. Отримані результати свідчать про низький рівень розвитку технологій в Україні.

Серед складових субіндексу «Конкурентоспроможність бізнесу» Україна не володіє конкурентними перевагами. До критичних відставань належать розвиток кластерів, готовність делегувати повноваження, природа конкурентної переваги.

За субіндексом «Інноваційність» в Україні критичною є ситуація з державною закупівлею передових технологій. Проте наявна конкурентна перевага щодо забезпечення критичною масою вчених та інженерів. Рівень інноваційної спроможності не має виявлених конкурентних переваг, що пояснюється наступним.

У 2013 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 16,8% обстежених промислових підприємств [2]. Найбільш інноваційно активними були підприємства з виробництва тютюнових виробів, фармацевтичних продуктів і препаратів, хімічної та нафтохімічної

промисловості, інших транспортних засобів, комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, електричного устаткування. За межами України реалізовано 44,7% інноваційної продукції від загального обсягу, у т.ч. в країні СНД – 25,3%. Проте більшість підприємств реалізовували продукцію, яка була новою виключно для підприємства.

З метою здійснення нововведень було придано 651 нову технологію, з яких іноземними були 21%. На модернізацію виробництва найбільше коштів витрачено підприємствами машинобудування, підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів, металургійного виробництва, виробництва готових металевих виробів, добувної промисловості і розроблення кар'єрів. Це вказує на інноваційну спроможність підприємств у сфері сировинного та неглибокої переробки виробництв. Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності залишаються власні кошти підприємств. Фінансову підтримку держави отримали лише 34 підприємства: 10 із держбюджету і 24 з місцевих бюджетів. По 12 підприємств отримали кошти вітчизняних та іноземних інвесторів, 55 підприємств скористалося кредитними коштами, частка яких значно скоротилася.

Отже, важливими чинниками формування інноваційно конкурентоспроможної економіки у країні постають впровадження новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності та інноваційності бізнесу.

Список використаних джерел

1. The Global Competitiveness Report 2014–2015 / World Economic Forum. – Режим доступу : <http://www3.weforum.org>.
2. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2013 році. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Іванченко Г.В.,
*старш. викладач кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРА «ДРОГОБИЧЧИНА»

В Україні назріла необхідність опрацювання нових підходів у питанні розвитку економіки регіонів, насамперед за рахунок раціонального, взаємозв'язаного, узгодженого використання усіх ресурсів регіону. За умов регіонального управління соціально-

економічними та політичними процесами стає необхідним пошук нових форм організації виробництва і виробничих відносин.

Формування кластера є складним процесом, тривалість та інші особливості якого визначаються конкретною сферою економічної діяльності, складом майбутніх учасників кластера, рівнем їх активності з налагодження співпраці тощо. Необхідною передумовою цього процесу є наявність кластерних ініціатив з боку членів майбутнього кластера, з боку держави або певних сторонніх організацій [1, с. 54].

Кластери, з одного боку, характеризуються міцними технологічними чи фінансовими взаємозв'язками між учасниками, з іншого – нагадують асоціації, тому що дозволяють учасникам не тільки зберігати юридичну самостійність, але й конкурувати між собою. Схожість з асоціаціями підкреслюється також можливістю участі у кластері всіх основних економічних суб'єктів-бізнесу, держави та населення.

Важливою передумовою створення кластера є високий рівень концентрації в регіоні підприємств певної галузі. Ключові учасники кластерів знаходяться в географічній близькості один до одного і мають можливості для активної взаємодії. Географічний масштаб може варіюватися залежно від типу та особливостей кластера й охоплювати один або декілька регіонів держави. До найбільш сконцентрованих галузей Дрогобиччини належать: паливна, хімічна, машинобудівна, деревообробна, легка і харчова.

В 1996 році було розроблено схему планування Дрогобицької агломерації. У 2003 році було створено асоціацію міст і територіальних громад Дрогобиччини «Регіональна агломерація «Дрогобиччина», проте на практиці її створення не принесло бажаних результатів з розробки стратегії розвитку регіону. Незбалансований економічний розвиток даної агломерації привів до того, що розвиток одного міста суперечить розвитку іншого. З метою подолання існуючих дисбалансів розвитку та функціонування агломерації ми пропонуємо на її базі створити інноваційний регіональний кластер Дрогобиччина. Кластер функціонуватиме за принципами рівноправності та паритетності всіх учасників, конструктивного діалогу, добровільності вибору форм співробітництва, взаємного інформування і виконання прийнятих на себе зобов'язань відповідно до звичайних господарських договорів, що укладаються безпосередньо між учасниками кластера.

Суб'єкти підприємництва, що входять до кластеру, можуть і співпрацювати, і конкурувати між собою. Вони можуть конкурувати з одними членами кластеру, закуповувати матеріали у інших членів кластеру і користуватися послугами ще інших підприємств – членів

кластеру. Кластерний підхід надає можливість розширення діяльності на міжнародних ринках та створення спільних підприємств. Вони можуть спільно рекламувати свою продукцію. Підприємства – члени кластеру, виходячи з потреб зовнішнього ринку, можуть створювати спільні підприємства або співпрацювати з членами інших кластерів для випуску нової продукції [2, с. 6]. Ізольоване підприємство, що працює самостійно і в питаннях експорту покладається лише на допомогу місцевих органів влади, не матиме таких само можливостей, як діючий кластер, що працює на розширення своєї присутності на зовнішньому ринку.

Отже, формування кластеру на Дрогобиччині надасть регіону велику кількість переваг та можливостей. Очевидною перевагою стане можливість для бізнесу, влади та навчально-освітніх закладів працювати спільно над зміцненням місцевої економіки. Така співпраця призведе до більш ефективного використання громадських та приватних ресурсів і допомагає розвивати потужні та динамічні кластери.

Список використаних джерел

1. Організація забезпечення створення фінансових кластерів транскордонного співробітництва : монографія / наук. ред. та кер. кол. авт. докт. екон. наук, проф. Внукова Н.М. – Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2011. – 104 с.
2. Передовий досвід розвитку кластерів /For the Programme Sustainable Economic Development and Employment Promotion (SEDEP) in the Ukraine PN: 2007.2159.7. – С. 68.

Гарбар Є.С.

аспірант кафедри банківської справи КНТЕУ

Науковий керівник: Івасів І.Б.,

д.е.н. професор кафедри банківської справи КНЕУ

ВПРОВАДЖЕННЯ БАЗЕЛЯ III – ШЛЯХ ДО ЗБІЛЬШЕННЯ НАДІЙНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ

Актуальність досліджень

Враховуючи світову фінансову кризу 2007 року, світова спільнота маючи негативні результати дестабілізаційних процесів повинна була розробити механізм мінімізації негативного впливу на

економку. Таким документом став Базель III (Basel III) вмістивши в собі систему вимог щодо достатності капіталу та ліквідності установ.

Постановка проблеми

Робота присвячена аналізу вимог «Базеля III» щодо стану капіталу банківської установи, можливості та доцільності введення даних рекомендацій в сучасних умовах.

Метою дослідження є виявлення основних цілей «Базеля III» та особливостей впровадження даних рекомендацій у вітчизняній банківській системі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання дослідження особливостей рекомендацій «Базеля III» підіймалося в працях аудиторських компаній, таких як: «Moody's Investors Service», «PricewaterhouseCoopers», «KPMG» та інших. Аналіз необхідності впровадження даних рекомендацій міститься в працях С. Волтера, Я. Белінської, І. Ларіонової, А. Тавасієва, О. Іваницької, В. Коваленко, В. Міщенко.

Виклад основного матеріалу.

Документ «Нова редакція положень «Міжнародної конвергенції визначення капіталу та стандартів капіталу: нові підходи» («Базель II»))» отримав назву «Базель III». Доцільно підкреслити що «Базель III» не є самостійним документом, його основу складають розробки щодо управління стійкістю банку що опубліковані Базельським комітетом в період з 2009 по 2011 роки. Відповідно до рекомендацій комітету основним вектором управління стійкістю є – капітал банку.

Саме складу, обсягу та якості капіталу приділено найбільшу увагу в документі. Так, «Базель III» висуває вимоги щодо достатності капіталу першого рівня і його частини – базового капіталу. Базовий капітал першого рівня включає в себе акції, нерозподілений прибуток та емісійний дохід. З метою розрахунку базового капіталу пропонується проводити коригування на значення нематеріальних активів, відкладених податкових активів, та на інші відрахування. Результатом має стати мінімальне значення базового капіталу на рівні 4,5%. Дане значення повинно бути досягнуто поступово, але, доцільно відзначити, що після публікації рекомендацій «Базеля III» деякі країни невідкладно підняли вимоги щодо достатності базового капіталу, так, наприклад, дане значення в Китаї було встановлено на рівні 5%, а в Індії – на рівні 5,5%. Аналогічно введені вимоги до значення буферного та контрциклічного капіталів (буфер призначений

для стримування кредитної активності банків у періоди економічного підйому і її стимулювання в періоди спаду).

Банки Росії почали запровадження рекомендацій Базеля III з 2014 року. Внаслідок впровадження даних вимог дефіцит, за оцінками KPMG, складе близько 350 млрд. руб. Враховуючи що дефіцит був розрахований тільки по 50 найбільшим банкам, перехід на вимоги капіталу відповідно до «Базеля III» значно посилить стійкість тих банків що матимуть можливість до капіталізації, та виведуть з ринку банки що не відповідають вимогам.

Впровадження на вітчизняному ринку даних вимог крім посилення фінансової стійкості матиме і негативні тенденції, саме: подальше збільшення наявного дефіциту ресурсу, зниження рівня ділової активності через скорочення обігового капіталу, скорочення темпів зростання економіки, скорочення рентабельності діяльності, зниження рівня інвестиційної діяльності іноземних інвесторів (через значення ризику країни), відсутність рівності в системі через більший рівень підтримки державою системоутворюючих банків.

Висновки.

Впровадження рекомендацій «Базеля III», як етапу уніфікації світового банківського ринку значно збільшить стійкість банків до ризиків що притаманні їхній діяльності, але враховуючи значний дефіцит ресурсу на ринку, зниження інвестиційної привабливості країни, та високу долю негативнокласифікованих активів, впровадження даних рекомендацій є – передвчасним, потребує часу для оновлення активів, подолання кризи ліквідності та адаптації нормативної бази з урахуванням реалій ринку.

Список використаних джерел

1. Усоскин В.М. Базель III: влияние на экономический рост (обзор эмпирических исследований) / В.М. Усоскин, В.Ю. Белоусова, М.В. Клинова // Деньги и кредит. – 2013. – № 9. – С. 32–38.
2. Хандруев А. Базель III отобьет аппетит к риску / А. Хандруев // Мировая экономика. – № 11(127). – 2012. – С. 70–75.
3. KPMG. Базель III: вопросы внедрения. – с. 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kpmg.com/RU/ru/topics/Russian-BankingClub/Documents/Basel%20III_rus.pdf

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПОСЛУГАМИ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ ТА ЄС

XXI століття – епоха глобалізації та транснаціоналізації міжнародних економічних відносин, що знаходить своє вираження у якісно новому розвитку світового господарства та зумовлює пришвидшення темпів зростання міжнародної торгівлі, і, зокрема, міжнародної торгівлі послугами. Дійсно, саме сфера послуг на сьогодні забезпечує високий рівень та швидке зростання продуктивності економіки, відіграючи вагомий роль на усіх етапах виробничого процесу.

Вплив зовнішньої торгівлі послугами на економічний розвиток економіки у епоху глобалізаційних викликів вимагає сьогодні ретельного дослідження. Особливої ваги дане питання набуває на етапі інтеграції вітчизняної економіки з ЄС, адже саме конкурентоспроможна сфера послуг часто стає для країн, що розвиваються, основним напрямом інтегрування до міжнародного економічного простору. З огляду на це, здійснення аналізу впливу зовнішньої торгівлі послугами на економічне зростання економіки видається нам вчасним і актуальним.

Дослідженню економічної сутності послуг приділяється сьогодні немало уваги у науковій літературі. Над даною проблемою працюють А.Г. Мовсесян, Г. Пастернак-Тарагушенко, Ф. Браун, В. Валтерс, М. Гібберт, М. Ерландссон, У. Кристофер та В. Ларнер. Проте, попри посилення тенденцій «сервісизації» економіки, вплив зовнішньої торгівлі послугами на економічний розвиток держави та на посилення її позицій в світовому економічному просторі сьогодні досліджується мало, що і обумовило інтерес автора до дослідження даної проблеми.

На сучасному етапі сфера послуг та міжнародна торгівля послугами розвиваються порівняно швидкими темпами, справляючи все більший вплив на розвиток національних економік та світового господарства в цілому, посилюючи своє значення у соціальному житті усіх країн світу. У більшості економічно розвинених країн, і зокрема в країнах ЄС, на сферу послуг припадає в середньому від половини до двох третин ВВП та майже дві третіх зайнятого населення. При цьому, зважаючи на те, що на сучасному етапі розвитку світового господарства, що характеризується тенденцією до зниження чисельності економічно активного населення, роль та значення сфери послуг у

розвитку економіки значно зростає, дана галузь закріплює за собою провідне місце у сфері у зайнятості населення. Подібна тенденція пояснюється не лише «сервісизацією» суспільства, а й тим фактом, що для сфери послуг характерним є також широке застосування нетрадиційних форм зайнятості, організації управлінського процесу та режиму праці населення.

В Україні динаміка сфери послуг складалася при достатньо помітних галузевих диспропорціях у її темпах, що зумовлювало неперервні зміни загальної структури. За темпами зростання в усіх країнах абсолютними лідерами є ділові та професійні послуги, представлені маркетингом, менеджментом, лізингом, науковими дослідженнями, а також інформаційно-комп'ютерними, консультаційними та бухгалтерсько-аудиторськими послугами, що користуються попитом на ринку ЄС. На сьогодні, найшвидше зростають обсяги інформаційно-комп'ютерних послуг, використання яких прискорює процеси інформатизації та комп'ютеризації господарства. Стрімко прогресують також консультаційні послуги з розробки та надання фірмам наукових рішень у вигляді інформації, експертизи, рекомендацій за різноманітними аспектами бізнесу – виробничим, фінансовим, управлінським. Швидкі темпи розвитку притаманні також сфері телекомунікацій та кредитно-фінансовим установам. Протягом останнього десятиліття зазначені галузі вийшли на новий щабель свого розвитку, базуючись на новітніх технологіях та результатах лібералізації ринків, і тепер відіграють вирішальну роль у процесі інтеграції ринків послуг України та ЄС.

Отже, на основі вище викладеного, доходимо висновку, що торгівля послугами посідає вагомe місце у економіці кожної з країн світу. Виступаючи, з одного боку, самостійною галуззю, що складає у більшості економік переважну частину ВВП та забезпечує високий рівень зайнятості населення, сфера послуг створює підґрунтя економічного розвитку держави та посилення інтеграційних процесів.

Список використаних джерел

1. Кудрявцева И.С. Международная торговля услугами : учеб. пособие. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2010;
2. World investment report 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=10502&intItemID=2068&lang=1>

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У теперішній час умови функціонування підприємств мають тенденцію до оптимізації бізнес-процесів. Так, здатність підприємства швидше адаптуватися до зміни кон'юнктури ринка, запропонувати нові послуги раніше конкурентів, стає головним у безкомпромісній конкурентній боротьбі. При визначенні сутності поняття «бізнес-модель» виділяють 2 підходи: 1) орієнтований на бізнес-процеси/ролі. Перший підхід пов'язаний з розглядом діяльності підприємства з точки зору бізнес-процесів і технологій (фокус уваги спрямований на внутрішню діяльність підприємства); 2) орієнтований на цінність/клієнта. Другий підхід, навпаки, передбачає орієнтацію на цінність, яку підприємство створює для зовнішніх клієнтів, а також на результати діяльності.

Бізнес-модель формується виходячи з цілей розвитку підприємства, визначають склад всіх базових компонентів бізнес-моделі (наскрізних бізнес-процесів), які в сукупності складають певну методологічну платформу. Вона дозволяє дати відповідь на питання: **ЩО** і **ЯК** необхідно робити, щоб досягти бажаного результату. До того ж, помилково вважати, що бізнес-модель – це просто комплект документів, що описує тільки бізнес-процеси підприємства. Ключовими елементами бізнес-моделі будь-якого підприємства, що визначають її зміст, є: цінність для зовнішніх клієнтів, яку пропонує підприємство на основі своїх продуктів і послуг; система створення цієї цінності, що включає постачальників і цільових клієнтів, а також ланцюжка створення цінності; активи, які підприємство використовує для створення цінності; фінансова модель підприємства, яка визначає, як структуру її витрат, так і способи отримання прибутку. Об'єднуючи класифікатори у функціональні групи, і, закріплюючи між собою елементи різних класифікаторів за допомогою матричних проекцій, одержимо сукупність бізнес-моделей підприємства (рис.1).

При створенні бізнес-моделі підприємству необхідно прописати всі бізнес процеси: визначити власника бізнес-процесу; визначити межі бізнес-процесу (межі відповідальності й повноважень власника процесу з управління процесом); визначити клієнтів і виходи бізнес-процесу; визначити постачальників і входи бізнес-процесу; визначити ресурси, необхідні для виконання бізнес-процесу (які перебувають у

розпорядженні власника процесу); описати технологію виконання бізнес-процесу; розробити показники, за якими оцінюється бізнес-процес, його результати та задоволеність клієнтів бізнес-процесу; описати роботу власника з аналізу й поліпшення бізнес-процесу, а також його звітність перед вищим керівником.



Рис. 1. Елементи бізнес-моделі підприємства

На основі використання тієї чи іншої моделі в діяльності підприємства формуються всі необхідні управлінські регламенти. Пріоритетність вибору бізнес-моделі підприємства залежить від особливостей організації та специфіки його діяльності. Деякі підприємства можуть використовувати дані бізнес-моделі у поєднанні. Моделювання бізнес-процесів підприємства має наступні переваги: скорочення витрат, тривалості та кількості помилок у кожному з проаналізованих процесів; інтегрування зі стратегією підприємства та ключовими показниками її ефективності; покращення взаємодії між працівниками та підрозділами підприємства; наближення до сертифікації за стандартами ISO: 9000; зростання інвестиційної привабливості.

ДОСТАВКА ТОВАРІВ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЯКОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ В ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Ведення бізнесу у сфері роздрібної торгівлі в Україні на сьогодні відбувається у складних фінансово-економічних умовах, характеризується загостренням протистояння між суб'єктами підприємницької діяльності з застосуванням як цінових, так і нецінових методів ведення конкурентної боротьби за обмежену купівельну спроможність.

Перед роздрібними торговцями стоїть завдання щодо інтенсифікації зусиль, спрямованих на забезпечення високого рівня торговельного обслуговування покупців, формування лояльності серед споживачів, посилення конкурентних позицій на ринку.

Зважаючи на об'єктивну необхідність забезпечення максимально комфортних умов процесу здійснення покупки на кожному його етапі, важливою складовою якісного торговельного обслуговування покупців роздрібними торговцями, що застосовують позамагазинні форми роздрібного продажу товарів, є швидка, своєчасна доставка замовлень з залученням сучасних технологій та реалізацією інноваційних рішень.

Традиційними способами її здійснення є кур'єрська доставка і самовивіз замовлених і придбаних товарів. Слід виділити також такий підхід як відкриття Інтернет-магазинами шоу-румів (виставкових залів). Крім забезпечення наочності сприйняття та ознайомлення потенційних покупців з товарними позиціями, представленими в асортименті роздрібного торговця, полегшення процесу продажу, зокрема побутової техніки та електроніки, супроводження його консультаціями фахівців щодо функціональних характеристик товарів і особливостей застосування, вони дають можливість споживачам прийняти остаточне рішення про придбання товарів, а також самостійно забрати замовлені онлайн покупки.

В останні роки свого розвитку набувають також послуга Drive-Model та застосування поштоматів.

Послуга Drive-Model передбачає доставку покупок, замовлених через Інтернет, у найближчий магазин торговельної мережі або на склад. Таким чином покупці економлять на оплаті доставки замовлення і часі його отримання. 15% домашніх господарств Франції купують продукти онлайн і обирають послугу Drive-Model [1, с. 67]. Сьогодні ця

послуга охоплює 2,8% роздрібного товарообороту продовольчими товарами Франції. Очікується, що даний показник збільшиться до 2020 р. і становитиме 20%.

Поштомати 24/7 – це автоматизовані термінали видачі посилок, в яких покупець може отримувати замовлення товарів, зроблені через мережу Інтернет, за телефоном чи поштою 24 години на добу, 7 днів на тиждень, навіть у вихідні дні та на свята. Щоб забрати свою посылку, клієнтові потрібно ввести код. Замовлення знаходиться в терміналі три дні, після яких воно повертається в Інтернет-магазин (продавцю).

Польська компанія InPost є міжнародним провайдером сервісу автоматизованих поштових терміналів, представлена у більше ніж 22 країнах світу та виступає логістичним партнером 10.000 онлайн-магазинів. У Польщі поштовими терміналами InPost постійно користуються більше 2,5 млн споживачів. У Великобританії до складу мережі поштоматів InPost входить більше 1000 терміналів. 55% британських споживачів воліють забирати покупки у найближчому від будинку місці, замість того, щоб платити за доставку і чекати на кур'єра. 20 терміналів InPost вже встановлено у Києві. У 2015 р. компанія InPost планує встановити поштомати у Запоріжжі, Дніпропетровську та Вінниці [2].

У Росії послугу з доставки Інтернет-замовлень в автоматизовані термінали та пункти видачі замовлень пропонує компанія PickPoint. Мережа PickPoint налічує більше 750 поштоматів в більше ніж 172 містах Росії. Існує також безкоштовний додаток для смартфонів і планшетів PickPoint Russia, за допомогою якого покупці можуть самостійно відслідковувати статус доставки своїх замовлень [3].

Таким чином, надання покупцям можливості вибору способу доставки товарів виступає важливою складовою якості торговельного обслуговування в Інтернет-магазинах.

Список використаних джерел

1. Кавун О.О. Зарубежный опыт развития многоканальной розничной торговли в современных условиях / О.О. Кавун // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 14. – С. 66–72.
2. Польская компания планирует открыть в Виннице сеть «поштоматив». – Режим доступу : <http://topnews.vn.ua/other/2014/11/09/18853.html>.
3. <http://pickpoint.ru>.

КЛАСИФІКАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В нинішніх умовах економічного розвитку доведено, що успішна діяльність підприємств багато в чому залежить від впровадження на ньому інноваційних продуктів, тобто ведення інновативної діяльності.

Разом з тим, динамічний розвиток інноваційної діяльності передбачає високу ділову активність для підприємства, яка характеризується рядом ознак, зокрема:

- збільшенням обсягів реалізації продукції в т.ч. і доходів підприємства;
- розширенням ринків збуту власної продукції;
- збільшенням кількості робочих місць на виробництві [1, с.18].

Визначення джерел фінансування інноваційної діяльності для підприємств є однією з головних задач. Традиційно склалося, що основними вкладчиками в інноваційні проекти є самі підприємства-ініціатори інновацій та залучені сторонні інвестори. Отже, джерела фінансування інноваційної діяльності можна поділити на дві концептуальні групи: власні та залучені.

Даний підхід дозволяє вже при розробці варіантів використання різних джерел формування визначити як зміниться структура капіталу підприємства і, відповідно, спрогнозувати основні зміни в його фінансовому стані. Цей механізм є важливим не лише для самого підприємства, а і для сторонніх інвесторів також. Оскільки вони, в першу чергу, орієнтуються на фінансовий стан підприємства як в момент залучення інвестицій, так і визначають як його зміни в майбутньому.

Фінансування інноваційної діяльності за рахунок власних ресурсів ініціатора інвестицій дозволяє використовувати такі джерела фінансових ресурсів, як нерозподілений прибуток підприємства, а також емісійні інструменти, такі як: емісія простих та привілейованих акцій. Даний процес повністю відповідає процесу фінансування поточної діяльності, а саме фінансування за рахунок власних джерел відбувається у грошовій формі шляхом збільшення його власного капіталу, так і в формі внесення матеріальних цінностей (обладнання, рухомого та нерухомого майна) та нематеріальних активів (патентів, ліцензій).

Використання залучених джерел фінансування інноваційної діяльності включає в себе запозичення, банківське та комерційне кредитування.

Запозичення підприємства представляє собою кредиторську заборгованість на загальних умовах кредитуванням, в якості гарантування яких виступають цінні папери підприємства.

Банківське кредитування як одне з джерел фінансування інноваційної діяльності підприємства може бути залучене у вигляді довгострокових кредитів банків, лізинга або форфейтинга.

Комерційне кредитування полягає в наданні відстрочки платежу підприємству постачальниками матеріально-технічних ресурсів, які необхідні для реалізації інноваційних проектів.

Наведені потенційно можливі джерела фінансування інновацій підприємства надають широкі можливості фінансовим менеджерам підприємства для варіації співвідношень між частками власних та залучених джерел відповідно бажаним для підприємства та зовнішніх інвесторів інтересів та фінансових можливостей.

Список використаних джерел

1. Голубев А.А. Экономика и управление инновационной деятельностью : учеб. пособие. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2012.–119с.

Кам'янецька О.В.,
к.е.н, доцент КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ОПК УКРАЇНИ

ОПК як сектор економіки, призначений для розроблення і виробництва продукції оборонного призначення, фактично є фундаментом воєнної безпеки та оборони країни. Підтримання високого рівня його розвитку для багатьох розвинутих країн є одним із пріоритетних військово-економічних та інноваційних завдань національної політики.

На сьогодні продукція військового призначення, яка виробляється в Україні, в багатьох напрямках відповідає кращим світовим зразкам та достойно конкурує на світових ринках. Українськими підприємствами ОПК на сьогодні ведеться біля 60 проектів зі створення сучасних, інноваційних зразків озброєнь [1].

В нашій країні є передові розробки в суднобудуванні, у виробництві авіатехніки та комплектуючих, радіолокаційного обладнання,

засобів протиповітряної оборони, ракетно-артилерійського озброєння та засобів зв'язку, бронетанкової, автомобільної, інженерної та спеціальної техніки. Окрім цього, розроблені системи високоточного ураження, аналогів яким не існує в світі.

Однією з переваг ОПК Україна є те, що вона отримала широку мережу науково-дослідних центрів, які спеціалізуються на розробці в сфері електроніки та кібернетики, лазерної техніки, радіолокаційних станцій виявлення малопомітних цілей. Українські підприємства також мають величезний потенціал в сфері модернізації радянської зброї, яка навіть зараз знаходиться на озброєнні багатьох країн світу [2].

В той же час, гостро стоїть проблема вирішення ряду нагальних проблем, а саме: висока собівартість продукції, недостатнє фінансування та низькі обсяги державного оборонного замовлення.

Процес розробки та виробництва озброєння значною мірою ускладнюється втратою ряду базових технологій оборонної галузі, обмеженістю замкнених циклів виробництва основних видів озброєнь, різким скороченням номенклатури виробів, особливо електронної техніки, неякісними вітчизняними комплектуючими та матеріалами, невиправданим зростанням їх вартості. Кінцеве виробництво військово-оборонної техніки в Україні залежить значною мірою від імпорتنих поставок комплектуючих виробів, вузлів, агрегатів, матеріалів та сировини. Для деяких зразків ВОТ ці поставання досягають 80% та більше [3].

Нинішня ситуація в ОПК характеризується значним скороченням або припиненням виробництва важливих для національної безпеки зразків військової техніки, відсутністю замкнених циклів виробництва більшості зразків основних видів озброєнь, старінням матеріально-технічної бази науково-виробничих структур, серйозним розривом відносин між наукою і виробництвом, важким становищем галузевих науково-дослідних інститутів.

У багатьох випадках створення інноваційних технологій в ОПК закінчується на початкових стадіях інноваційного циклу і не доводиться до серійного виробництва. Продаючи такий продукт іноземним фірмам, його власники несуть значні «потенційні» втрати, а відсутність внутрішнього ринку оборонної продукції значно ускладнює її реалізацію на зовнішньому ринку.

Серйозною загрозою економічній безпеці, а значить і національній безпеці та суверенітету держави, є різке згортання фундаментальних досліджень, розпад добре відомих у світі науково-дослідних і дослідно-конструкторських колективів. Гостро стоїть проблема кадрів.

З причин відсутності державної підтримки немає значних зрушень в адаптації ОПК до європейських стандартів, що сьогодні визнаються за світові норми якості машинобудівної продукції і умов її експлуатації.

Список використаних джерел

1. Можливості оборонно-промислового комплексу України в системі національної безпеки : аналітична записка. – Режим доступу : www.niss.gov.ua/articles/251/
2. Проблеми реформування оборонної промисловості України / М. Сунгуровський (27 січня 2015 р.). – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/show_exp.php?ex=25
3. Причини зниження (часткової втрати) оборонного потенціалу України (протягом 2004-2014 рр.)». Експертне дослідження. – Режим доступу : <http://cacds.org.ua/ru/research/317>

Капіца Ю.М.,

*к. юр. н., директор Центру інтелектуальної власності
та передачі технологій НАН України*

ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ У СФЕРІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ІНТЕГРАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Ратифікація Україною Угоди про асоціацію Україна – ЄС ще раз обумовлює актуальність розгляду питання щодо відповідності законодавства України та ЄС, держав-членів ЄС у сфері інноваційної діяльності, а також підходів до його розробки.

У 2009–2011 рр. в Україні реалізовувалися три проекти ЄС у сфері підтримки розбудови інноваційної діяльності в Україні. Результатом проекту «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні. EuropeAid/127694/C/SER/UA» став аналіз політики та законодавчого регулювання інноваційної діяльності в ЄС та Україні, а також заключний документ «Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів» [1]

Таким чином конкретні пропозиції щодо інтеграції інноваційної політики, законодавства у сфері інновацій України та ЄС вже були сформовані, що здійснювалося у співпраці з Мінекономрозвитку України та Держінформнауки України. Крім того було підготовлено

видання нормативних актів ЄС та держав-членів ЄС у сфері інноваційної діяльності, що стосувалися широкого кола механізмів підтримки інновацій в ЄС [2].

Оскільки до цього часу зазначені рекомендації, як також доповіді Європейської економічної комісії ООН щодо інноваційного розвитку України 2013 р. не знайшли реалізації, зазначимо основні проблемні питання, пов'язані з врахуванням в Україні досвіду ЄС.

1. Для держав-членів ЄС законодавство у сфері інновацій є засобом реалізації політичних документів, стратегій, планів розвитку науки та інновацій.

Для України характерним є намагання прийняття актів законодавства з метою надання поштовху інноваційному розвитку. Проте в умовах відсутності політичних документів довгострокового інноваційного розвитку економіки та політичної волі законодавчі акти, ініційовані органами управління наукою, науковою спільнотою або вихолощуються при погодженні або їх норми поспіль відміняються.

2. Основними актами у сфері інновацій східноєвропейських держав ЄС останні десять років є національні операційні програми та плани розвитку науки, розробок та інновацій, що є комплексними документами, які найчастіше включають цілі, механізми фінансування; завдання зі створення інноваційної інфраструктури, трансферу технологій, інтернаціоналізації досліджень, а також суми фінансування. Суттєва роль приділяється координації діяльності державних органів, зазначенню індикаторів виконання та засобам моніторингу та оцінки

В Україні є невідомим принцип довгострокового планування розвитку економіки з визначенням фінансових та організаційних механізмів реалізації. Окремі галузеві програми, як правило, не пов'язані між собою та не забезпечуються фінансуванням.

3. Для держав ЄС характерним є запровадження комплексної підтримки інноваційної діяльності, що включає фінансові, кредитні, податкові механізми, розвиток інфраструктури, поглиблення кооперації наукових установ та підприємницького сектору держав ЄС зі здійснення проектів.

Вказане в Україні не реалізовано.

4. Більш того обмеження прав наукових установ та вищих навчальних закладів з використання коштів, що отримуються ними від підприємств, грантів від міжнародних організацій поряд з затримками платежів призведе до зупинення діяльності установ бюджетної сфері з впровадження нововведень, відмови підприємств, іноземних організацій укладати контракти з бюджетними установами, неможливості участі

наукових установ та вищих навчальних закладів у науковій програмі Європейського Союзу «Горизонт 2020».

Обговорення та вирішення зазначених питань є нагальним щодо інтеграції України та Європейського Союзу у сфері інновацій. У виступі обговорюються пропозиції з вдосконалення законодавства України у сфері інновацій на підставі досвіду держав ЄС.

Список використаних джерел

1. Інновації в Україні: Європейський досвід і рекомендації для України. – Т. 3 : Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів. – К. : Фенікс, 2011. – 76 с.
2. Законодавче регулювання інноваційної діяльності в Європейському Союзі та державах-членах ЄС /за ред. Г. Авігдора, Ю. Капіци ; Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні». – К. : Фенікс, 2011. – 704 с.

Кваша Т.К..

зав. відділення УкрІНТЕІ.

Литвинова В.В..

зав. відділом УкрІНТЕІ.

Паладченко О.Ф. .

зав. відділом УкрІНТЕІ

МОНІТОРИНГ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА РАХУНОК БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ МОН УКРАЇНИ У 2013 РОЦІ

Моніторинг фінансування інноваційної діяльності та трансферу технологій вищих навчальних заходів Міністерства освіти і науки України (далі – МОН), головного розпорядника бюджетних коштів загальнодержавного рівня, здійснено на основі Закону України від 08.09.2011 № 3715, постанови Кабінету Міністрів України від 12.03.2012 р. № 294 та наказів Міністерства освіти і науки від 11.01.2012 № 10 та від 27.11.2012 № 1329. Моніторинг здійснено за даними вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) у розрізі джерел фінансування та стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.

Відомості про фактичне фінансування інноваційної діяльності та трансферу технологій за державні кошти із 147 організацій, які підпорядковані МОН, надали лише 18 ВУЗів проти 21 у 2012 р.

Виходячи з цього, аналіз фінансування інноваційної діяльності та трансферу технологій за рахунок бюджетних коштів стосується тільки тієї частки витрат на інноваційну діяльність та трансфер технологій і організацій МОН, які надали відомості про витрати відповідно до чинних нормативно-правових актів, і не розповсюджується на всю інноваційну діяльність, що здійснювалася за *бюджетні кошти*.

За даними ВНЗ МОН, кількість інноваційних розробок у 2013 р. складає 514 одиниць з обсягом фінансування 37594,71 тис. грн., що становить 19,5% загального обсягу фінансування інноваційної діяльності головних розпорядників бюджетних коштів. У порівнянні з 2012 роком відбулось зростання кількості розробок та обсягу фінансування інноваційної діяльності та трансферу технологій організаціями МОН відповідно на 37,1% та 8,6%.

Проведений аналіз показав, що у 2013 році, як і у 2012, організаціями МОН не зареєстровано жодного інноваційного проекту, тому відповідно до чинного законодавства України державна підтримка реалізації інноваційних проектів за рахунок бюджетних коштів не здійснювалась. Фінансування інноваційної діяльності відбувалось лише за рахунок коштів спеціального фонду МОН.

Найбільше фінансування у 2013 році за рахунок спеціального фонду було здійснено Національним технічним університетом «Київський політехнічний інститут» (КПІ) – 11115,00 тис. грн., або 29,6% від загального обсягу фінансування та Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» (ХПІ) – відповідно 6760,00 тис. грн. або 18,0%.

У 2013 році бюджетне фінансування інноваційної діяльності здійснювалось за всіма стратегічними пріоритетними напрямками.

Розподіл бюджетного фінансування інноваційної діяльності за стратегічними пріоритетними напрямками інноваційної діяльності свідчить, що у 2013 р. 78,6% бюджетних коштів використано ВУЗами МОН за стратегічними пріоритетами, решта 21,6% – за іншими напрямками.

У порівнянні з 2012 р. частка бюджетних коштів, використаних за стратегічними пріоритетними напрямками, збільшилась на 19,7%. Витрати бюджетних коштів здійснювались за всіма стратегічними пріоритетними напрямками інноваційної діяльності.

Майже на одному рівні було профінансовано три напрями: перший «Освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії» – 7008,90 тис. грн. (18,6% від

загального обсягу фінансування інноваційної діяльності), другий – «Освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки» – 6449,63 тис. грн. (17,2% відповідно) та третій – «Освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій» – 6913,23 тис. грн. (18,4% відповідно).

Кількість організацій, що профінансували інші поза пріоритетні напрями, збільшилось в два рази. Відповідно збільшився і обсяг фінансування та частка цього напрямку у загальному обсязі – до 21,4% загального обсягу фінансування стратегічних пріоритетів ВУЗами МОН України проти 15,2% у 2012 р..

Отже, про здійснення інноваційної діяльності прозвітували лише 12% ВУЗів МОН України і ця частка знизилась порівняно з 2012 р. Обсяги фінансування ВУЗами МОН інноваційної діяльності у номінальному виразі зросли майже на 3 млн грн. Все фінансування ВУЗи здійснили за кошти спеціального фонду, тобто, за власні зароблені кошти.

Кирєєв В.М.,

к.т.н., виконавчий директор, ХГЦСП.

Овчарова Г.Б.,

к.т.н., наук. співроб., ІПМаш НАНУ.

Тарелін А.А.,

к.т.н., зав. відділу, ІПМаш НАНУ

ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА МАЛИХ МІСТ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проблема становлення та розвитку малого та середнього підприємництва (МСП) в економіці будь-якої країни належить до категорій особливо значущих, оскільки вона безпосередньо пов'язана з рівнем соціальної комфортності населення. Розвиток підприємництва забезпечує не тільки матеріальну стабільність населення, але й розвиває інтелектуальні, моральні, культурні та інші якості людини. Крім того, це дає ринковій економіці гнучкість, мобілізує фінансові і виробничі ресурси населення, слугує серйозним фактором структурної перебудови і забезпечення проривів науково-технічного прогресу.

При тому, що кількість підприємств малого та середнього бізнесу в Україні на 1000 населення близька до показників Японії та Європи,

проблема розвитку МСП все ще є актуальною, оскільки, по-перше, частка ВВП, що створюється МСП в Україні складає лише 10–15% (у Європі – більше половини ВВП); по-друге, розподіл МСП є неоднорідним за регіонами України та зконцентрованим більшою мірою у великих містах; по-третє, сфери діяльності українських МСП як правило обмежуються торгівлею, будівництвом, автосервісом, сферою послуг тощо, в той час, як малий бізнес Європи освоює наукомісткі та високотехнологічні сфери виробництва.

Слід також відзначити, що конкурентоспроможність малого та середнього бізнесу (особливо на початкових стадіях становлення) значною мірою залежить від наявності та ефективної роботи інституцій інфраструктури підтримки підприємництва, яка має забезпечувати кваліфікований супровід існуючих підприємств та бізнес-інкубацію новостворюваних.

Реалізація пілотних проектів по створенню бізнес-інкубаторів та центрів підтримки підприємництва (ЦПП) на початку XXI століття при активній методологічній та фінансовій підтримці програм технічної допомоги (USAID, TACIS, МФ «Відродження» та ін.) дозволило отримати позитивний досвід у вирішенні цих проблем. Але на відміну від інших країн, де, наприклад, бізнес-інкубація набула статусу державних програм, українські структури підтримки МСП досі існують і розвиваються в умовах відсутності системної державної або регіональної опіки.

На думку авторів, особливо актуальним на сьогодні є розвиток сприятливого підприємницького середовища у віддалених від крупних обласних центрів малих містах та районах, там, де є розуміння місцевої влади та громад у можливостях соціально-економічного зростання завдяки малому підприємству. Так, своєрідний соціальний запит на аналіз стану підприємницького середовища та виробку рекомендацій щодо можливостей подальшого розвитку автори отримали від двох віддалених районів Харківської області, а саме Балаклійського та Ізюмського районів, де ситуація має тенденцію до погіршення (на початок 2013 року в рейтингу районів Харківської області за показником «кількість зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності на 1 тис. населення» вони займали 18 та 27 (останнє) місце відповідно).

При підтримці програми соціального інвестування компанії «Шелл», спираючись на попередній досвід в реалізації програм бізнес-інкубації, автори ініціювали проект «Розвиток інфраструктури по сприянню підприємницькій та інвестиційній діяльності в Балаклійському, Барвенківському, Ізюмському районах Харківської області», в рамках якого плануються:

1) проаналізувати інвестиційний потенціал територій та надати рекомендації адміністраціям цих районів щодо напрямів підвищення підприємницької активності та інвестиційної привабливості суб'єктів підприємництва задля активізації їхньої внутрішньо- та зовнішньоекономічної діяльності;

2) відкрити ЦПП в містах Ізюм, Балаклія та Барвінкове з сучасною навчально-методичною базою та підготувати персонал для забезпечення самостійної консультаційної та освітньої діяльності з цільовою аудиторією підприємців цих районів;

3) розробити спільну «дорожню карту» та спільний календар заходів всіх проектів з розвитку підприємництва в цільових районах, що реалізуються за підтримки програми соціального інвестування компанії «Шелл» та місцевих органів влади, для забезпечення їхньої максимальної синергії.

Автори вважають, що такий підхід в умовах реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади дозволить сформувати зміст моделей і напрямів підтримки та розвитку місцевого бізнесу для віддалених і депресивних районів України щодо вирішення наявних проблем та їхнього поступового соціально-економічного відродження у майбутньому.

Клюєва Н.С.,

студентка 5 курсу ФЕМП 16 групи КНТЕУ

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ В ПРОЦЕСІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних ринкових умовах безперервно відбувається ускладнення функціонування підприємств. Таке явище спостерігається не лише на території України, але у світовому масштабі. Причинами такої ситуації стали посилення конкуренції, поглиблені кризові явища, процеси світової глобалізації тощо. Саме в таких складних умовах впровадження інновацій стає поштовхом для формування довгострокових конкурентних переваг та посилення власних позицій на ринку.

Інноваційна діяльність завжди є ризиковою, складною та потребує значних грошових вкладень. Проте, як свідчать дослідження, саме підприємства, що здійснюють таку діяльність в останні роки є найбільш успішними, стійкими та мають найкращі результати розвитку.

Незважаючи на те, що Україна має значний потенціал у промисловій, культурній, природній, технологічній, науково-освітній сферах, вона й до цього часу суттєво відстає від розвинутих країн світу. Серед багатьох причин, що спричиняють таку ситуацію, є низький рівень конкурентоспроможності українських товарів на ринку.

Сучасні реалії неодноразово доводять, що саме здійснення інноваційної діяльності (нова техніка, технології, управлінські інновації, організація праці та мотивація персоналу до прийняття участі в цих процесах) дає найкращі результати та є основним чинником розвитку. Саме інновації дають можливість підвищити частку ринку та отримати високі показники економічного зростання, розв'язати проблеми, як економічного, так і екологічного, соціального, технологічного характеру.

Підтвердженням того, що упровадження інновацій дійсно є важливою складовою господарської діяльності, може слугувати успішний досвід підприємств зарубіжних країн. Швейцарія, Німеччина, Англія і Франція разом із США і Японією складають технологічне ядро світового розвитку і на них припадає найбільша частка виробництва високотехнологічної продукції.

Витрати на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи є досить суттєвими і становлять понад половину витрат на НДДКР розвинених країн. Це стало головною причиною того, що перевага надається інноваційній продукції.

За останніми даними, у щорічному рейтингу найбільш інноваційних країн світу «The Global Innovation Index» [1], Україна посіла 33 місце за загальними показниками. Водночас наша країна посіла 42 місце за співвідношенням частки ВВП країни до обсягу витрат на проведення досліджень та інноваційних розробок, 35 місце за кількістю високотехнологічних підприємств, 5 місце за кількістю випускників середніх шкіл, вступників до вищих навчальних закладів, 41 місце за кількістю наукових співробітників і 10 місце за кількістю зареєстрованих патентів на 1 мільйон людей. Зазначені дані свідчать про суттєвий інтелектуальний потенціал.

У п'ятірку найбільш інноваційних країн увійшли Південна Корея, Японія, Німеччина, Фінляндія та Ізраїль. США посіли 6 місце. Для порівняння, у 2014 році Україна посіла у загальному рейтингу 49 місце, що свідчить про те, що проведені роботи у цій сфері дають свої результати і слід надалі посилити інноваційну діяльність.

У цьому контексті, підприємства України потребують постійних змін та запозичення досвіду іноземних підприємств у сфері активізації інноваційної діяльності. Україна спроможна застосувати деякі з методів покращення інноваційної активності, що дозволить підвищити

конкурентоспроможні позиції на світовому ринку товарів та послуг, зокрема.

Зокрема, такими методами повинні стати пільгове оподаткування прибутку, отриманого в результаті використання патентів, ліценцій, ноу-хау; зміни організаційної структури підприємств, швидка адаптація до змін у зовнішньому середовищі; мотивація працівників до створення нових ідей, що можуть бути використанні в подальшій діяльності підприємства; забезпечення можливості самореалізації працівників на підприємстві; зменшення податкової ставки для малих та середніх підприємств, які активно використовують та впроваджують інновації.

Зарубіжний досвід свідчить, що уряди успішних інноваційних країн здійснюють зміни в законодавстві, організаційній та фінансовій сфері підприємств, що стимулює активізацію інноваційної діяльності. На територіях цих країн за підтримки держави виникають інноваційні кластери, що сприяють тісному співробітництву та обміну знаннями, ресурсами, кадрами тощо.

Для реалізації відповідних заходів в Україні необхідна ефективна державна інноваційна політика, яка дозволить активізувати інноваційну діяльність як на регіональному рівні, так і на рівні підприємств.

Список використаних джерел

1. The Global Innovation Index. The Human Factor in Innovation. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-2014-v5.pdf.

Кожевина Н.Д.,
*Президент Украинской ассоциации
бизнес-инкубаторов и инновационных центров,
председатель Всеукраинского профсоюза
работников малого и среднего бизнеса «Сднання»*

СТРАТЕГИЯ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЗАНЯТОСТИ ПЕРЕСЕЛЕНЦЕВ И ВЫХОДА ИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Важность проведения международного экономического форума как никогда актуально.

Наступивший 2015 год будет очень тяжелым для Украины. Страну ожидают, согласно прогнозам экономических экспертов, рост безработицы, инфляции и значительное падение реальных доходов граждан.

Этот год будет самым жестоким в плане кризиса. Реальные доходы граждан в любом случае будут сокращаться: это будет либо инфляционное сокращение, либо следствием того, что значительная часть населения потеряет свои рабочие места. Если не проводить реформ, то в стране будут останавливаться предприятия, и количество безработных увеличится. В случае же реформ, значительное сокращение госаппарата тоже приведет к безработице, но уже для других категорий работников. В обоих случаях можно прогнозировать, что в течение всего года будет наблюдаться дальнейший рост безработицы.

Реальные показатели инфляции и безработицы будут значительно выше официальных. Официальная инфляция в 2015 году будет около 22–25%, понятно, что реальная инфляция будет больше 30%. Официальная безработица будет более десяти процентов, реальная – около 40%.

Чем выше уровень безработицы, и ниже уровень доходов, тем выше уровень разводов, самоубийств, сердечнососудистых заболеваний. Безработица приводит к бездеятельности и может повлечь деградацию человека. Такие люди, как правило, ищут способ выжить, а это приводит к криминализации общества.

Кризис в Украине усугубился необъявленной войной России.

По данным ООН, район боевых действий и гуманитарной катастрофы в Донбассе уже покинуло более 1,5 млн человек, более 1 млн из которых выехало на подконтрольную Украине территорию. По мнению международных институций, в частности МОМ, снижение темпов внутренней миграции в ближайшее время не ожидается.

Расселение внутренних мигрантов осуществляется бессистемно, в подавляющем большинстве случаев они сами определяют местность своего временного пребывания, где уже обращаются за помощью либо к государственным органам, органам местного самоуправления, родственникам и знакомым. Из всего количества вынужденных переселенцев по данным Минсоцполитики только 300 тысяч получают социальную помощь, трудоустроено лишь 4 тысячи человек. По опросам социологов, главной проблемой беженцы считают отсутствие занятости, работы.

Вследствие описанных выше процессов в Украине сложилось положение, при котором практически во всех крупных городах, особенно столице г.Киеве, достаточно компактно разместилось большое количество беженцев, не имеющих работы, с надломленной психикой, лишенных жилья и источников существования. Это приводит к

усилению социальной напряженности, росту преступности. Так, за первый месяц 2015 года в столице было совершено в 2 раза больше разбойных нападений, чем за аналогичный период 2014 года, на 40% увеличилось количество краж из домов и квартир, причем с использованием не отмычек, а ломов и кувалд, что свидетельствует о непрофессионализме воров.

Дальнейшее увеличение количества переселенцев, не имеющих возможности заработать на жизнь, имеющих непогашенные долги перед банками, не уверенных в своем будущем, тех, о которых говорят: «терять уже нечего», может привести к дальнейшему росту преступности, причем, носящей «взрывной» характер, росту социальной напряженности, «протестных» настроений и неконтролируемых «майданов».

Часть переселенцев являются предпринимателями, которые оставили на оккупированных территориях свои предприятия или вынуждены были их перевозить на подконтрольные Украине территории. Спасшись от оккупации и войны, переселенцы снова вынуждены себя спасать, на этот раз от бюрократической власти. Большинство таких предпринимателей представляют малый и средний класс, который является важной составляющей для восстановления экономики Украины. Но лишь небольшая часть из них продолжает работать, платить налоги и создавать рабочие места. Остальные предприниматели сейчас просто не в состоянии самостоятельно преодолеть бюрократические препоны со стороны государства, которое лишь обещает им помощь. У многих из них возникают проблемы по оформлению документов для самозанятого населения, предпринимателей, владельцев предприятий; перерегистрации адреса ведения деятельности или регистрации бизнеса, восстановлению утраченных документов; получению информации о налоговых органах для уплаты налогов, подаче отчетов, получению консультаций. Невозможно также получить финансовую поддержку на развитие бизнеса.

Представители предпринимательских объединений, ученые, специалисты, политики, изучавшие международный опыт выхода из кризиса, не могут ждать от властных структур реальных предложений. Нашей целью должно стать создание стратегической группы ученых, общественных деятелей, бизнесменов и политиков по разработке реальных шагов по выходу из кризиса. Необходимо разработать экономическую платформу специального налогообложения на освобожденных территориях Донбасса для повышения предпринимательской активности и частной инициативы. Это позволит создать рабочие места

для обездоленных жителей Донбасса и переселенцев по всей Украине, направить предпринимательскую инициативу на строительство жилья, обеспечение бытовых условий, продовольствия, восстановление промышленного потенциала.

Жители Украинского Донбасса должны почувствовать реальную заботу государства и общества. При реализации этой программы мы будем отрабатывать создание инфраструктуры для развития малого и среднего бизнеса. В последующем эти проекты мы можем перенести на всю страну.

В нашей стране накоплен огромный положительный и отрицательный опыт по созданию бизнес-инкубаторов, центров поддержки предпринимательства, кредитных союзов, инновационных фондов, общественных объединений. Для помощи жителям Донбасса мы можем предложить реальные проекты, созданные в 90-е годы Г. Аксеновым, А. Тихончуком, Н. Паалем по адаптации военнослужащих при поддержке фонда Джорджа Сороса. В ходе этих проектов была создана Украинская ассоциация бизнес-инкубаторов и инновационных центров, вдохновителями и учредителями которой были коллеги из Польши и Германии.

Члены нашей ассоциации Андрей Тарелин и Инна Гагауз из города Харькова, выполнявшие проекты Мирового банка, сегодня готовы оказывать помощь для развития предпринимательской инициативы на Донбассе. Бизнес инкубатор «Харьковские технологии» имеет компьютерные программы для удаленного обслуживания предпринимателей. На базе сети наших инкубаторов и бизнес-центров мы отработывали диалог с властью на местах, открывая общественные приемные Всеукраинского профсоюза «ЕДНАННЯ». На их же базе создавались тренинговые программы, которые выполнял тренинговый центр ассоциации под руководством Алены Бульбы, подготовившей более 60 тренеров, в том числе и с международной аккредитацией. На базе наших инкубаторов и бизнес-центров создавались кредитные союзы, которые и сегодня служат большой поддержкой предпринимателям города Киева, Хмельницка, Черкасс.

С 1990 года профсоюз «ЕДНАННЯ» стал защитником малого и среднего бизнеса. Мы пикетировали Верховный Совет и Правительство Украины, отстаивая права зарождающегося предпринимательства. В 1996 году вместе с учеными З. Варналием, В. Гейцем, А. Гальчинским, В. Гриневым мы выезжали в регионы, проводили конференции по рыночной экономике. В рамках этих проектов готовились методические материалы и была издана книга «Підприємці здатні відродити країну».

Мы участвовали в подготовке указа Президента Л. Кучмы по упрощенной системе налогообложения. В сегодняшних условиях предпринимательские объединения должны эффективнее кооперироваться с ведущими учеными Украины для разработки конкретных мер по развитию предпринимательства.

Анализ показал нам слабые места при внедрении бизнес-инкубаторов, центров поддержки предпринимательства, кредитных союзов и общественных структур. К сожалению, коррупция, рейдерство, нечестная конкуренция и отсутствие поддержки власти в центре и на местах во многом снизили нашу эффективность, но не поборол нас. В настоящее время мы, используя международный опыт, можем быстро восстанавливать наши структуры, обучая этому молодых и инициативных энтузиастов. Именно эти программы могут начать возрождение экономики Украины и помогут предприимчивым людям обеспечивать свои семьи и давать рабочие места другим.

Одной из самых больших проблем мы считаем создание механизмов привлечения финансовых ресурсов, в первую очередь для территорий, находящихся в зоне военного конфликта. И здесь нам не обойтись без государственной поддержки и международных донорских структур.

Местные органы власти должны быть подкреплены реальными общественными структурами, в диалоге с которыми действия власти станут прозрачными, подконтрольными и наполненными инициативой жителей. Надо использовать опыт украинских территориальных громад, которые в рамках университета «Майдан» разрабатывают методические материалы. Готовятся проекты ведения социального диалога, повышения ответственности за свои судьбы у населения и формирования активных общественных структур. Важно, чтобы эти проекты были связаны с развитием предпринимательства.

Большое значение следует уделить образовательным программам, повышающим культуру ведения бизнеса, укрепляющим патриотические настроения, снижающим психологическое напряжение, снимающим стрессовые состояния в результате военных действий.

Особое значение имеет разработка программ безопасности ведения бизнеса, защищенность предпринимателей от рейдерства, коррупции, чиновничьих наездов. В этих вопросах определяющая роль принадлежит общественным структурам, гражданскому обществу и активному их влиянию на деятельность властных структур и выборных органов, начиная от местных советов до Верховного Совета Украины.

Примером пассивности донецких и луганских предпринимателей и их общественных структур, а также отсутствия диалога с депутатами ВС при принятии законопроектов, может служить принятый в первом чтении 14.08.2014 года жизненно важный для них Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України (про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції)». Этот закон так и не заработал до настоящего времени, игнорировался налоговой службой, скрывался от большинства предпринимателей, вынужденных прервать свой бизнес из-за военных действий. Бюрократическая машина Верховного Совета также не способствовала урегулированию этих вопросов.

Сегодня нам, представителям предпринимательских объединений, ученым, политикам надо осознать, что недооценка рассмотренных выше ситуаций может привести к бурным социальным взрывам и политическим кризисам, что в свою очередь может угрожать сохранению целостности и независимости Украины. Поэтому нам необходимо переходить от обсуждения проблем и критиканства к разработке реальных программ и законодательных актов, стимулирующих развитие предпринимательства, что позволит выводить страну из кризиса и улучшить инновационный климат в Украине.

Кондратюк О.І.,

к.е.н., доцент

кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ

ІННОВАЦІЇ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

Пошук інноваційних та новаторських рішень необхідний не тільки у створенні продуктів або послуг, але також при їх реалізації.

Унікальність в якомусь напрямку це шанс, для отримання в довгостроковій перспективі конкурентної переваги, а це, в свою чергу, сприятиме позитивному ставленню до продукції або послуг підприємства.

Виходячи з того, що основна мета кожного економічного суб'єкта отримання доходу і прибутку, то важливого значення набуває процес реалізації продукції та послуг, який, не залежно від галузі, характеризується пошуком і задоволенням потреб споживача, та впливає на формування доходів підприємства. Тому однією з найважливіших функцій підприємства є його здатність продавати [1].

Процес реалізації необхідно розглядати через відповіді на такі питання: по-перше, що ми продаємо, і по-друге як ми продаємо. Сьогодні головним активом підприємства (бізнесу) – є не продукт, не співробітник, не технологія, не постачальники, а споживач. Для того, щоб продаж відбувся, необхідні три умови: по-перше, у споживача повинна бути проблема, яку він намагається вирішити; по-друге, це наявність грошей, по-третє, процес продажу і процес покупки повинні співпасти у часі.

Дослідження клієнтів B2B-бізнесу Marketing Leadership Council виявили, що лише 35% компаній можуть сказати, що їхні клієнти віддають переваги їм, а не конкурентам [2], тому необхідно приймати рішення щодо підвищення лояльності покупців.

Для того, щоб задовольнити потреби споживачів та збільшити при цьому свої продажі, необхідно надати споживачу те, що він шукає, в потрібний час, в потрібному місці, з перевищенням його очікування.

Процес поліпшення реалізації зачіпає: маркетинг продажів (комунікації про продукт); переміщення Supply Chain (зберігання і доставки); канали реалізації (купити будь якими засобом (мультикативність)); замовлення і оплата (захищені транзакції).

Інновації в реалізації повинні бути спрямовані на споживача, визначаючи його потреби та спрямовані не тільки на фактичне придбання необхідного товару, але і створення особистих відносин та комплексного консалтингу, що створює додаткові переваги. При визначенні інновацій в реалізації необхідно:

- по-перше визначити перешкоди, що стоять на шляху реалізації продукції; отримати зворотний зв'язок про те, що працює і що не працює, як вирішити проблему споживача;
- по-друге, створити інноваційні шляхи позиціонування своєї комерційної пропозиції, визначити ідеальний бізнес результат і досліджувати нові пропозиції з продажу та нові рішення;
- по-третє, розробляти і підтримувати двосторонні взаємини, фільтрувати новини та інформацію.

Крім того, підприємства втрачають половину свого прибутку тільки тому, що вони не ведуть базу своїх клієнтів, аккаунт-менеджмент відсутній повністю. Привести старого покупця в 6 – 7 разів дешевше, ніж залучити нового [3]. Як бачимо, працювати з існуючим клієнтом набагато дешевше, ніж шукати нового, тому абсолютно необхідно працювати з існуючою клієнтською базою. Клієнтська база – це найцінніше, що є в будь-якому бізнесі.

Найближчі роки, найбільш затребувані інновації в реалізації будуть спрямовані на взаємодію з клієнтом, а саме на: заздалегідь гарантований час доставки і якість сервісу; можливість трекінгу та

зміни умов замовлення; впровадження таких інтелектуальних рішень, як «розумні ваги» (Smart Scales), «розумні полиці» (Smart Shelf), «розумні візки» (Smart Shopping Cart), безконтактні платежі (технологія NFC), електронні цінники, мобільні каси; мобільні додатки, інтеграція в соціальні мережі, індивідуальний підхід (ідентифікація споживача), вихід в реальний світ (нові концепції простору, суміщення форматів: онланового і офлайнного бізнесу; інтегровані канали продажів (купити будь-яким способом: stationar, Online, Mobile, Katalog) та ін.

Таким чином, до напрямів покращення процесу реалізації можна віднести наступні:

- Створення процесу продажів, орієнтованого на споживача.
- Впровадження інтернет- співпраці.
- Введення коучингу співробітників відділу продажів.
- Підвищення ефективності використання мобільних технологій у продажу.
- Вдосконалення методів використання баз даних і баз знань про продажі.

Список використаних джерел

1. Pindelski M., (2010), Sprzedaż a marketing, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, red. Naukowa Bogna Pilarczyk, Zygmunt Waśkowski, Zeszyt nr 135, 2010, pp. 11-19.
2. Чемпионы продаж. Что и как лучшие продавцы в мире делают иначе / Мэттью Диксон, Брент Адамсон ; пер. с англ. Анны Плюсниной. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 304 с.
3. Парабеллум А. Оптимизация продаж / А. Парабеллум // [Електроний ресурс]. – Режим доступу : www.infobusiness2.ru.

Короп І.І.,

аспірантка кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ БЮДЖЕТУВАННЯ

Сучасні умови високої динамічності та невизначеності зовнішнього середовища, високого рівня конкуренції та постійної необхідності в нарощуванні обсягів господарської діяльності поставили перед національними підприємствами вимогу до формування прогресивної системи економічного управління. Наразі багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими були здійснені розробки та пропозиції в даній області дослідження, проте ми пропонуємо розглянути інноваційний

підхід до побудови системи бюджетного управління, який полягає в формуванні самоорганізації та адаптації процесів діяльності підприємства в умовах невизначеності.

Важливо зазначити, що для подальшого поглиблення дослідження, перш за все необхідно чітко розрізняти та розмежовувати понятійні категорії «бюджетування», «бюджетного управління» та «системи бюджетного управління». Так термін «бюджетування» означає етап підготовки бюджетів у системі управління доходами та витратами [1]. «Бюджетне управління» – це технологія управління підприємством, що представляє собою комплекс заходів щодо формування фінансового середовища. Нарешті, «система бюджетного управління» – це система економічного управління підприємством за допомогою цільових показників за центрами фінансової відповідальності (ЦФВ) через бюджети, яка допомагає управлінській ланці досягти поставлених цілей шляхом найбільш ефективного використання ресурсів підприємства.

Ідеї впровадження системи бюджетного управління не є новими, існують цілі методики застосування бюджетування на підприємствах, проте варто зазначити, що вони в основному базуються на традиційному підході. Так традиційна система бюджетного управління не забезпечує досягнення результату та не прив'язує операційну діяльність підприємства до стратегічних цілей. Більшість вчених виділяють наступні недоліки традиційного підходу серед яких найважливішими є [2, с. 25–26, с. 34–35]: бюджетування не створює вартості підприємства; концентрує свою увагу виключно на вхідних параметрах (тобто, витратах) господарських процесів; сприяє навмисному завищенню чи заниженню результатів бюджетних показників керівниками центрів фінансової відповідальності; не створює взаємозв'язку між підрозділами, ЦФВ, структурними одиницями підприємства тощо.

Для вирішення цих проблем сучасні дослідники та науковці пропонують прогресивні підходи на базі процесно-орієнтовного бюджетування [2] та бюджетування, орієнтованого на результат [3]. Проте ми пропонуємо сформулювати новий інноваційний підхід до формування економічної моделі бюджетного управління на основі вдосконалення існуючих розробок за [3, с. 9, с. 76–77; 4, с. 41–52, с. 93, с. 171–172], де сучасна система бюджетного управління буде включати наступні характеристики, а саме: гнучкі процеси діяльності (на основі різнорівневих ключових показників результативності (KPI)); радикальну децентралізацію (формування відповідальності на рівні підрозділів та їх свобода в прийнятті рішень); адаптивних процесів (постійне та всебічне планування діяльності, система лібералізації доступу до ресурсів

підрозділами, ЦФВ); стратегічної направленості та результативності (сценарії розвитку та розробки системи збалансованих показників (BSC)).

Список використаних джерел

1. Британський економічний словник «QFINANCE Dictionary» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.qfinance.com/dictionary>
2. Бримсон Дж. Процесно-ориентированное бюджетирование. Внедрение нового инструмента управления стоимостью компании / Дж. Бримсон, Дж. Антос при участии Дж. Коллинза. – М. : Вершина, 2007. – 336 с.
3. Федосеев О. Битва за эффективность / О. Федосеев, Б. Карабанов. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 288 с.
4. Хоуп Дж. Бюджетирование, каким мы его знаем. Управление за рамками бюджетов / Дж. Хоуп, Р. Фрейзер. – М. : Вершина, 2005. – 256 с.

Костюченко В.М.,

д. е. н., професор кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності України є: кошти державного бюджету; власні кошти підприємства; кредити, кошти іноземних інвесторів та кошти з інших джерел. За даними держкомстату України у 2012 р. основним джерелом фінансування витрат на інновації були власні кошти підприємств – 63,9% загального обсягу витрат (проти 52,9% у 2011 р.). Частка кредитів склала 21,0% для 67 підприємств (38,3% і 50). Фінансову підтримку держави отримали 27 підприємств із держбюджету і 28 з місцевих бюджетів, загальна частка цих коштів становила 2,2% (1,1%). Збільшилась частка коштів іноземних та вітчизняних інвесторів – з 0,4% і 0,3% до 8,7% і 1,3% відповідно. Кількість підприємств, що ними фінансувалися, також збільшилася з 11 і 14 до 15 і 19 [1]. У 2013 р. власні кошти залишались основним джерелом фінансування витрат на інновації. Їх частка у загальній сумі витрат на фінансування інноваційної діяльності збільшилась до 72,9%. Частка коштів іноземних

інвесторів збільшилась до 13,1% і склала 1253,2 млн.грн. Частка держави у фінансуванні суттєво зменшилась до 0,2%. У порівнянні з 2012 р. загальна сума витрат на фінансування інноваційної діяльності у 2013 р. зменшилась на 8422 млн.грн. і склала 9562,6 млн. грн. Аналіз джерел фінансування інноваційної діяльності свідчить про критичне зменшення обсягів бюджетних коштів, спрямованих на фінансування витрат на інновації до 24,7 млн.грн, що є найменшим показником з 2001р., зростання частки власних джерел фінансування з 60,6% у 2008 р. до 72,9% у 2013р. Але в абсолютному значенні сума власних коштів зменшилась за останні три роки на 612,2 млн. грн. Ці дані показують істотні коливання співвідношення джерел фінансування та свідчать про недостатність обсягів, нестабільність джерел фінансування досліджень та розробок в Україні через низький платоспроможний попит на інновації.

За роки незалежності частка ВВП, яка витрачалась на НДДКР, скоротилась майже удвічі з 1,36% до 0,81%. Такий рівень науково-технічної діяльності особливо небезпечно виглядає на тлі євроінтеграції. На Лісабонському саміті глави країн ЄС домовились, що сукупні витрати на НДДКР у ЄС мають зрости до 3% від ВВП співтовариства.

Нестача в національній економіці фінансових ресурсів розвитку стала однією з головних причин затримки переходу до інтенсивної форми інноваційного розвитку та розпорошення фінансових та матеріальних ресурсів у інноваційній сфері. Внаслідок цієї суперечності усвідомлення споживачами необхідності застосування інноваційного продукту значно випередило здатність національної економіки до продукування останнього.

Серед основних проблем фінансування інноваційної діяльності в Україні в контексті євроінтеграції слід виділити такі: обмежені можливості залучення державних ресурсів; дефіцит власних ресурсів суб'єктів економіки; нерозвиненість інституційних інвесторів (банків, страхових компаній, інвестиційних фондів і компаній, фондового ринку тощо); нерозвиненість інноваційної інфраструктури; відсутність дієвої правової бази залучення коштів іноземних інвесторів, в т.ч. венчурного фінансування. В Україні досі не створено жодного інвестиційного банку довгострокового кредитування, не виконується рішення щодо створення Державного банку реконструкції та розвитку. Обсяги інвестицій, які надходять в Україну залишаються низькими, а їхня структура не дає можливості говорити про їхній інноваційний характер. (У ній переважають вкладення у виробничу сферу не високотехнологічних виробництв та у сферу торгівлі, які ведуть до зростання імпорту

продукції споживчого характеру). Державне стимулювання інновацій шляхом пільгового оподаткування НДДКР та інновацій без запровадження дієвих стимулів для інвестиційної діяльності веде до консервації розриву між науковою і виробництвом, марнування держаних коштів.

Висновки. Україна має потужний науково-промисловий потенціал, який, на відміну від країн ЄС, не має відповідної інституційної й фінансової державної підтримки. Не використовується повною мірою імпортозаміщення та експортні можливості високотехнологічних товарів українського виробництва на європейських ринках. Існує необхідність створення інституційної основи для запровадження державної підтримки впровадження фінансових інструментів розвитку експорту відповідно до вимог директив та стандартів країн ЄС.

Список використаних джерел

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : [стат. зб.]. – К. : Державна служба статистики, 2013. – С.161.

Кривошесва В.В.,
аспірантка кафедри фінансів КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК РИНКУ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ

Впровадження інноваційних послуг у сфері фінансового посередництва обумовлюється впливом фінансового сектора на підвищення добробуту і забезпечення сталого економічного зростання. Сучасний ринок кредитних послуг характеризується високим ступенем насиченості продуктами, що є основним стимулом для розвитку інноваційної діяльності фінансових посередників. Нині однією із проблем фінансових установ, що надають кредитні послуги фізичним особам, є їх низька інноваційна активність. Це обумовлено із особливостями пропозиції та попиту на фінансові інновації. Пропозиція фінансових інновацій на ринку кредитних послуг характеризується низькою якістю послуг, що надаються фізичним особам, і високою прибутковістю фінансових установ. Це знижує привабливість кредитних послуг для домогосподарств. Водночас особливістю попиту на ринку кредитних

послуг характеризується доволі низьким рівнем фінансової грамотності населення.

В умовах загальних тенденцій інноваційного розвитку економіки фінансові установи змушені також дотримуватися принципів інноваційного розвитку. Фінансові інновації на ринку кредитних послуг реалізуються у відповідності з основними принципами [1]:

- інноваційність;
- клієнтоорієнтованість;
- фінансової забезпеченість;
- послідовність бізнес-процесів.

Зміст інноваційної діяльності фінансових установ на ринку кредитних послуг фізичним особам складається з трьох груп інноваційних процесів.

По-перше, у межах ринку кредитних послуг має бути забезпечено формування та впровадження нових методів і організаційних форм надання кредитних послуг фізичним особам. Це має відбуватися за рахунок:

- відмови від філіальної мережі на користь електронного банкінгу;
- впровадження поштово-банківських послуг;
- запровадження інститутів віддаленого доступу до нерозрахункових рахунків (наприклад, віддалене кредитування);

По-друге, необхідно формування та впровадження нових фінансових та організаційних інструментів, а також і інноваційне поєднання існуючих фінансових та організаційних інструментів, що забезпечують функціонування ринку кредитних послуг.

По-третє, необхідне динамічне виокремлення етапів розвитку життєвого циклу інноваційної діяльності фінансових установ, що надають кредитні послуги фізичним особам. Перший етап включає зародження ідеї або її запозичення з суміжної області. У межах другого етапу передбачається створення та розробка методики використання відповідного інструменту. Третій етап включає інноваційну трансформацію кредитної послуги під впливом змін реалій кредитної практики при впровадженні нового інструменту.

Серед основних особливостей інноваційної діяльності вітчизняних фінансових установ, що надають кредитні послуги фізичним особам, слід також виділити:

- порівняно низький загальної рівень інноваційної активності, обумовлений, в тому числі низьким стимулюванням генерації ідей інноваційних розробок;

– переважання організаційно-технологічних інновацій над продуктовими, що призводить до сприйняття кредитних організацій фізичними особами як досить консервативних;

– домінування простої внутрішньоорганізаційні форми інноваційного процесу, що визначається самою специфікою господарської діяльності кредитних організацій, що передбачають конфіденційність здійснюваних операцій;

– переважання орієнтації на короткострокові кредитні операції над довгостроковими.

Таким чином, істотного значення набуває необхідність для вітчизняних фінансових установ, що надають кредитні послуги фізичним особам, інноваційного поєднання нових інструментів, підвищення мобільності доступу клієнтів до кредитних послуг з фінансовими та організаційними інструментами. Це сприятиме підвищенню довіри клієнтів до кредитних установ.

Список використаних джерел

1. Пантелеева Н.Н. Качественная оценка эффективности финансовых инноваций / Н.Н. Пантелеева // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2013. – №12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.jurnal.org/articles/2013/ekon131.html>

Кудирко Л.П.

*к.е.н., професор кафедри
міжнародної економіки КНТЕУ*

ЗАХИСТ ГЕОГРАФІЧНИХ НАЙМЕНУВАНЬ В КОНТЕКСТІ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС

Зростання масштабів міжнародної торгівлі призводить до більш широкого використання засобів індивідуалізації товарів у всіх видах економічної діяльності. Географічні зазначення та товарні знаки, що містять або складаються з географічних позначень, – найбільш активно використовуються як засоби індивідуалізації товарів. Для України ці питання в останні роки набули особливої актуальності у зв'язку з набуттям членства в СОТ та розвитком все більш тісної співпраці з Європейським Союзом і перспективами повної ратифікації Угоди про асоціацію[1]. Наша країна у питаннях захисту прав власності, у тому

числі щодо захисту географічних зазначень, належить до категорії країн, що мають наднизькі показники захищеності будь-якої власності (20 % країн світу, переважно найбідніших) [2]. І, в першу чергу, речових прав громадян, потенційних інвесторів і резидентів, і нерезидентів [3]. За жодних оцінок стан захисту прав власності у країні не наблизився навіть до середньосвітових значень, зокрема Індекс захисту прав власності у Індексі економічної свободи (за дослідженнями The Heritage Foundation & The Wall Street Journal) практично протягом усіх років незалежності складає значення, що ледь не у два рази нижчі від середніх значень серед 183 країн світу[4]. Міжнародне бюро ВОІВ відносить «зазначення походження» і «найменування місця походження товарів» (НМПТ) до «географічних зазначень». При цьому зазначення походження товару не має зв'язку з особливими властивостями товарів, зумовленими конкретним географічним об'єктом.

Угода про асоціацію між Україною та ЄС, серцевиною якої є Угода про зону вільної торгівлі передбачає послідовне впровадження в законодавство України підходів та практик ЄС щодо окресленого питання. Угода в частині норм в певній мірі обмежить українських виробників, разом з тим водночас створить сприятливе середовище для здорової конкуренції.

Заборона на використання низки географічних найменувань у складі торгових марок в першу чергу вплине на українських виробників сільськогосподарської та харчової промисловості, оскільки угодою вводиться пряма заборона на використання в складі торгових марок найменувань місць походження товару, таких як: шампанське, коньяк, фета і т.п. Для виробників алкогольної продукції встановлений перехідний період в 10 років, протягом якого необхідно прибрати зі своїх товарів наступні графічні найменування: Champagne, Cognac, Madera, Porto, Jerez, Xérès, Sherry, Calvados, Grappa, Anis Português, Armagnac, Marsala, Malaga, Tokaj. Більш стислі терміни переходу встановлені українським виробникам сиро-молочної продукції, що використовують в найменуваннях Parmigiano Reggiano, Roquefort і Feta. Протягом семи років вони повинні прийняти вимоги угоди.

Угода гарантує українським географічним назвам надання такого ж високого рівня правового захисту, як і європейським, а значить – українські виробники можуть підкреслювати автентичність і територіальну особливість своїх товарів. Разом з тим варто також враховувати, що виняткові права, які виникають у зв'язку з реєстрацією засобів індивідуалізації товарів, що кваліфікуються як «географічні зазначення», мають принципові відмінності від класичного інституту

виключного права. При охороні «географічних зазначень» немає заборони щодо таких третіх осіб, які в межах певного географічного об'єкта займаються виробництвом товару з тими ж основними властивостями, високою якістю і репутацією.

Список використаних джерел

1. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)
2. The World Bank. Data. Ukraine. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://data.worldbank.org/region/ECA>
3. 2013 Report. International Property Rights Index. Projekt of the Property Rights Alliance. – Washington, 2013. – P. 31–38.
4. Index of Economic Freedom. Promoting Economic Opportunity & Prosperity / The Heritage Foundation & The Wall Street Journal, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.heritage.org/index/explore?view=by-region-country-year>.

Кужель Е.В.,

директор Волинського НІЦ

Корнева А.О.,

*начальник центру патентно-ліцензійної
роботи стандартизації та НТІ ХНТУ*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СЕКТОР ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Зрушення в структурі економіки України, що відбулися за роки її незалежності, не були результатом цілеспрямованих дій до зростання добробуту, натомість стали об'єктивним наслідком структурно-технологічних дисбалансів, успадкованих від минулого та результатом науково необґрунтованого та не зваженого прискореного вбудування економіки країни у глобальну економічну систему шляхом реалізації поточних економічних переваг в умовах відкритого ринку [1].

Для самооцінки рівня економічного розвитку країни корисно користуватися об'єктивними оцінками, такими як індикатори успішності інноваційної політики. До таких індикаторів належить глобальний індекс інновацій (ГІІ). Так, у рейтингу ГІІ – 2013 Україна посіла 71 місце серед 142 країн світу [2].

Дані за групами індикаторних показників яскраво свідчать про позитивні та негативні зсуви у розвитку інноваційної сфери.

Частина таких даних за більшістю складових пов'язана зі сферою інтелектуальної власності. Водночас проблеми інноваційного розвитку наочно демонструють низькі позиції України у такій групі показників, як «Інфраструктура» (91-е місце).

Показники групи «Креативний випуск» мають значне розширення, якщо в сфері реєстрації торгових марок Україна посідає місце у третьому десятку, то у сфері створення креативних нематеріальних активів та ІКТ Україна – на межі першої сотні.

Наведені оцінки дозволяють сформулювати положення про те, що реформування економіки, підвищення її конкурентоспроможності неможливі без розбудови сфери промислової власності України, яка характеризується нерозвиненістю ринкової інфраструктури та інституцій, низьким рівнем захисту прав власності.

Ефективне функціонування цієї системи можливе лише за умови, що політика в сфері інтелектуальної власності буде інтегрованою в національну економічну стратегію і стратегію розвитку.

Сьогодні найбільший економічний ефект для забезпечення динамічного розвитку країни демонструють великі компанії, які утворилися з малих інноваційних підприємств. Тому принциповим в інноваційній політиці є створення умов для можливості зростання успішних підприємств малого інноваційного бізнесу. Відповідно першочерговим завданням для української державної інноваційної політики повинна стати дієва інституційна підтримка можливостей розвитку підприємств малого бізнесу, які функціонують у наукомістких галузях, пов'язаних із застосування технологій високого та середнього рівня. На жаль, аналіз української інноваційної сфери показує, що малий бізнес в Україні практично не має інноваційної спрямованості [3].

У цьому контексті стає дуже важливою така властивість малого бізнесу як спроможність ефективного пристосування до новітніх соціально-економічних умов і викликів, масштаби і креативність яких для економічної безпеки держави і окремих підприємств постійно зростають. Постіндустріальна економіка не має такої сталої виробничої системи і такої сталої уяви про характер майбутніх економічних процесів, як це було в індустріалізованому світі. Тому для забезпечення стійкості економіки для різних рівнів управління постає дедалі актуальна проблема постійного здійснення пошуків нових напрямів і методів розвитку для збереження своєї конкурентоздатності [4].

Акцентуючи увагу на корпоратизації процесів в різних галузях соціально-економічної діяльності, слід визнати, що такі процеси торкаються безпосередньо діяльності інформцентрів, які створюють БД на корпоративних засадах, являючись найбільш великими за обсягами та найбільш популярними у користувачів, ніж будь-які локальні, власної генерації БД, які функціонують в окремих інформцентрах. Тобто корпоратизація в системі інформаційного забезпечення інноваційних процесів була, є і повинна бути основою і непохитністю інформзабезпечення інноватики у формі «системи НТІ»

Відомо, що інтеграція наукового сектору економіки та підприємницької діяльності повинні реалізуватися у єдиному інформаційному просторі, а тому актуальність та об'єктивна потреба у наявності інфраструктури, що поєднує усі ланки економічного комплексу, є незаперечною умовою стабільності регіональних економічних процесів.

Для підвищення якості інформаційно-інноваційної інфраструктури інформцентри, як основна ланка цієї інфраструктури, спроможні забезпечити підйом інноваційної культури суб'єктів господарювання шляхом проведення тематичних вебінарів з акцентом на виявлення попиту на товари та послуги, що реалізують підприємства, а також втілення сучасних інноваційних технологій з врахуванням можливості імпортозаміщення.

Список використаних джерел

1. Титаренко І.В. Удосконалення процесу інформаційного забезпечення як інструменту ефективного управління підприємством. Збірник наукових праць. Вип.1(19). Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ptmbo/2011_1/44.pdf
2. Глазьев С.Ю. Развитие российской экономики в условиях технологических сдвигов: научный доклад / С.Ю. Глазьев. – М. : НМР, 2007. – 134 с.
3. Бажал Ю.М. Роль малого бізнесу в трансфері технологій в постіндустріальній економіці України : матеріалу круглого столу / Бажал Ю.М. «Трансфер технологій та малі і середні підприємства». – К., 2012.
4. Федулова Л.І. та інш. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України. – К., 2007. – 810 с.

СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА

Впровадження інновацій в умовах сучасності є важливим фактором конкурентоспроможності компаній. Дослідження інновацій в сфері послуг все ще перебуває в зародковому стані, оскільки перші дослідження з'явилися тільки в кінці 1990-х років. Дещо пізніше з'явилися дослідження інновацій в сфері туризму. Туризм на сьогодні являється однією з найбільш перспективних галузей у світі, і існує нагальна необхідність у використанні інновацій в цьому секторі [1].

Найбільш розповсюдженою сервісною інновацією в діяльності туроператорів є використання мобільних пристроїв. Але зазвичай, весь інноваційний розвиток спостерігається навколо, наприклад можливості пошуку і замовлення туру або екскурсії на смартфоні. Хоча замовлення туру або екскурсії за допомогою смартфона являється сервісною інновацією проте, сам процес бронювання та формування тур продукту не є новим. Це процес, який практично повністю вручну, маскується тонкою завісою технології. У деяких випадках, здійснити бронювання не набагато складніше, ніж по електронній пошті або навіть за допомогою факсимільного повідомлення.

Phocuswright@ITB, захід де фахівці і керівники в галузі туризму збираються разом, щоб обговорити, подискутувати і визначити майбутнє туристичного бізнесу. Захід допомагає учасникам отримати інформацію з останніх тенденцій, новинок, сприяти лідерству і стимулювати інновації. Новаторське програмне забезпечення пропонуване аналітиками Phocuswright@ITB розробляється за високими стандартами, відомими у всьому світі.

На щорічному форумі Phocuswright@ITB, який збирає фахівців у галузі туризму, обговорюються питання використання електронних систем бронювання. Навіть експерти в Phocuswright@ITB в 2015 зазначили:»Для багатьох туроператорів характерним є небажання інвестувати в технології. Більшість сьогодні як і раніше не визнає жодних електронних підтверджень бронювання, надаючи перевагу паперовому ваучеру. « Тим не менш, незважаючи на всі розмови, було дуже мало руху з точки зору інвестицій або розвитку у сфері пропозиції технологій.

Багато цитують дослідження Phocuswright@ITB, щоб виправдати свої бізнес-моделі, але не здійснюють дослідження ринку або галузі для того, щоб побудувати успішну і масштабовану бізнес-модель.

Велике питання, чому так мало впроваджених інноваційних бізнес-моделей в діяльності туроператорів і як ми можемо сприяти інтенсифікації цього процесу [2].

Туризм на сьогодні є одним з найбільш перспективним і вигідним видом діяльності. У світі, він становить близько 10% валового світового доходу, 8% від загального обсягу світового експорту і 30-35% світової торгівлі послугами. Туризм постійно розвивається, незважаючи на різні перешкоди політичних, економічних і соціальних характерів. Туристичний бізнес у багатьох випадках є ініціатором і експериментатором в області розробки і впровадження новітніх технологій, безперервно змінює форми та способи надання послуг, відкриття та розвитку нових можливостей.

Працівникам в сфері туризму доводиться мати справу з різними формами і методами туристичної діяльності: подорожами, культурними та розважальними заходами. Розвиток туризму можливий тільки за рахунок впровадження нових ідей, вдосконалення процесів виробництва товарів і послуг, розширення їх асортименту.

У туризмі кожен день з'являються інновації найрізноманітнішого характеру під впливом, як науково-технічного прогресу так і інтелектуального розвитку людства.

Інновації в сфері туризму іноді виникають абсолютно несподівано і непередбачувано, навіть під впливом подій у суспільстві. Таким чином, вивчення інноваційних процесів, причин виникнення інновацій, розробка методів їх реалізації мають суттєвий практичний і науковий інтерес

Список використаних джерел

1. West, M. A. (2002). Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups. *Applied Psychology: An International Review*, 424
2. <http://www.tnooz.com/article/innovation-tours-and-activities-where/>

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Початок 2015 року характеризується складним економічним станом в Україні, пришвидшенням в рази інфляційних процесів, катастрофічними темпами девальвації національної валюти. На економіку впливає низка об'єктивних факторів, що спричинили падіння рівня купівельної спроможності населення, підвищення цін і як результат зниження попиту, що призвело до падіння рівня оборотності в торгівлі.

За таких умов діяльності керівники торговельних підприємств вимушені шукати шляхи скорочення витратної частини бізнесу, зокрема, в першу чергу, під скорочення підпадають такі групи витрат як стимулювання збуту та просування продукції, фонд оплати праці. Такий підхід до ведення бізнесу в кризовій ситуації неприпустимий. В кінцевому підсумку, будь-який торговельний бізнес, окрім великомасштабного, що має запас міцності, отримає зниження якості обслуговування та рівня популяризації своєї товарної продукції на ринках збуту. Як результат це призведе до уповільнення розвитку, перш за все, малого та середнього бізнесу або його ліквідації. Проте, існує альтернативний шлях, сутність якого полягає у пошуку можливостей для бізнесу у кризовій ситуації.

Сучасні технології електронної торгівлі створюють широкий спектр можливостей для бізнесу. Інноваційні інструменти електронної торгівлі спроможні забезпечити максимальне охоплення цільових ринків при мінімальних бюджетах на стимулювання збуту та оплату праці спеціалістів. Зокрема, на сьогоднішній день існує два ефективних методи просування товарів в електронній комерції: створення власного інтернет-магазину або використання технології «лендінг» (англ. «landing page» або «посадкова сторінка» – веб-сторінка, що містить інформацію про послугу або товар, перехід на яку здійснюється по посиланню з рекламного оголошення).

Дослідження показують, що для вітчизняних торговельних підприємств доцільніше використовувати інтернет-магазин, так як саме ця форма торгівлі забезпечує надання практично необмеженого асортименту товарів та ефективніше ніж лендінг формує довіру споживачів

до суб'єкту торгівлі. Лендінг доцільно використовувати у випадку необхідності просування на ринок конкретної товарної позиції або послуги. Для забезпечення його ефективності необхідна потужна маркетингова компанія, яка включатиме банерну рекламу, тізерні системи, розсилку електронною поштою, контекстну рекламу.

Створення лендінгу коштуватиме бізнесменам від 3000 до 7000 грн, залежно від обраного підрядника: дизайнерської студії або приватного фрілансера. В той же час вартість повноцінного інтернет-магазину становитиме від 8000 грн до 150000 грн, залежно від обраного засобу його реалізації: інтернет-магазин на готовій платформі із шаблонним дизайном – 8000 грн (термін реалізації 2–3 тижні), розробка унікального дизайну з використанням готового «движка» інтернет-магазину – 25000–50000 грн (6–8 тижнів), вартість повністю унікального інтернет-магазину (дизайн, функціонал, CMS – система управління контентом) під потреби бізнесу – більше 60000 грн (8–12 тижнів).

Найдешевший варіант залучення цільових споживачів на сторінки інтернет-магазину – це комплексне SEO – пошукова оптимізація сайту. Проте, слід зазначити, що цей підхід має ряд недоліків: відсутність гарантій та невизначеність часових меж, для отримання відчутного результату необхідно від 3 до 12 місяців, залежно від тематики, рівня конкуренції та якості SEO-спеціалістів.

Запропоновані новітні інструменти електронної торгівлі здатні забезпечити оперативне та гарантоване залучення цільових покупців, з високими показниками конверсії, на сторінки інтернет-магазину. Такі методи просування, звичайно, платні, проте високорезультативні у випадку правильного розподілення бюджету та налаштування рекламної кампанії. До них належать: контекстна реклама, банерна реклама, тізерні системи, прайс-системи. Основними критеріями порівняння ефективності цих інструментів підвищення інтернет-продаж є ціна переходу, ціна тисячі показів, рівень конверсії.

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна стверджувати, що саме створення повноцінного інтернет-магазину та використання комплексу інструментів підвищення ефективності інтернет-продаж є важливим фактором швидкого та перспективного захоплення цільових ринків із широким територіальним діапазоном. Необхідність саме комплексного підходу зумовлена тим, що кожен із інструментів має свої переваги, сукупність яких забезпечить найефективніше представлення товарів на ринку, якісний брендінг інтернет-магазину та запропонованих товарів, високий рівень довіри споживачів, значне зростання попиту на товари.

НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Якісний розвиток економіки може бути забезпечений тільки тими країнами, які спрямовують свої зусилля на розробку та реалізацію власного інноваційного потенціалу. Натомість для країн, які не приділяють даному питанню достатньої уваги, основними конкурентними перевагами стають або дешева робоча сила, або пріоритетний розвиток сировинного сектору, що тільки посилює їх залежність від більш розвинених країн та витісняє на периферію світового господарства. Реалізація інноваційного потенціалу країни відбувається шляхом побудови ефективної національної інноваційної системи (НІС).

У державній Концепції розвитку національної інноваційної системи, прийнятій у 2009 р. [1] встановлено, що НІС – це сукупність законодавчих, структурних і функціональних компонентів (інституцій), які задіяні у процесі створення та застосування наукових знань та технологій і визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови для забезпечення інноваційного процесу. Таким чином законодавчо було закріплено розуміння залежності рівня інноваційної активності в країні від якості сформованого інституційного середовища.

Основними функціями національної інноваційної системи мають бути: планово-прогнозна, координаційна, науково-організаційна, освітня, безпекова та соціальна. Отже, НІС має формувати систему взаємовідносин між наукою, промисловістю, державою, регіонами тощо із застосуванням світових знань для потреб сталого економічного зростання національної економіки та формування в країні економіки знань. Інновації в результаті їх комерціалізації мають бути основою для розвитку суспільства, визначаючи напрямки науково-технічної діяльності з врахуванням потреб ринку.

Ще однією важливою умовою формування ефективної НІС та відповідної інноваційної політики є ініціювання державою початкового попиту на наукомістку продукцію та створення інфраструктури інноваційного процесу. Це означає створення не тільки багатоаспектного механізму сприяння розвитку науки і технологій, єдиної інформаційної системи всередині країни, але й самого соціуму інформаційної доби, який би був готовий сприймати інновації та розвивається, насамперед, на їх основі з урахуванням циклічності інноваційного процесу, його

ризикованості та інших особливостей. Обов'язковими складовими такого соціуму є розвинуті та динамічні сфери освіти й медичного обслуговування, комплексної гарантії індивідуального добробуту в усіх сферах життя [2, с. 48].

Регіональні центри інноваційного розвитку мають бути ядрами регіональних інноваційних кластерів з виробництва високотехнологічної конкурентоспроможної продукції. Регіональній інноваційній системи (РІС) формується під впливом безлічі об'єктивних для даного регіону чинників, включаючи його розміри, наявність природних, технічних, організаційних, інформаційних, інституціональних і людських ресурсів. Створення РІС не вимагає обов'язкового вирівнювання показників науково-технічного розвитку на всіх територіях, вона тільки дозволяє використовувати переваги кожного регіону в інноваційній сфері. Як елемент соціально- економічного розвитку РІС є інструментом підвищення конкурентоспроможності виробників даного регіону, який забезпечує зайнятість найбільш кваліфікованої частини населення та сприяє підвищенню загального освітнього рівня населення та соціального добробуту.

Побудова РІС передбачає дотримання таких системних принципів: використання міжрегіональної і міжнародної співпраці у сфері трансферу технологій; формування точок зростання в інноваційній сфері з опорою на наявні конкурентні переваги та вже існуючи життєздатні підприємства і структури; поєднання ринкових механізмів з державною підтримкою інновацій; використання регіонального замовлення для підготовки кадрів для інноваційної сфери; постійний моніторинг й управління ефективністю регіональної інноваційної системи на основі індикативних показників.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи // Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=680-2009-%F0>
2. Новицький В. Імперативи інноваційного розвитку / В. Новицький // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 45–52.

КРИТЕРІЇ ВИМІРУ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ВІДКРИТОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

За умов розбудови економіки знань та розвитку мережеских форм організації бізнесу сучасні компанії все частіше обирають модель відкритої інноваційної діяльності, яка дозволяє розширити власні інноваційні процеси та залучити до них додаткових учасників. Категорія «інноваційна відкритість» відображає економічні взаємозв'язки між різними суб'єктами інноваційного процесу та враховує сучасні тенденції розвитку ринку інновацій.

Ступінь інноваційної відкритості організації можна пояснити через активність її інноваційної співпраці зі споживачами, постачальниками, стартап та спін-офф компаніями, університетами, комерційними лабораторіями, учасниками галузевих консорціумів та іншими суб'єктами інноваційного процесу з метою створення та просування на ринок продуктових і (або) процесних нововведень шляхом застосування відкритих бізнес-моделей.

Аналіз наукових публікацій свідчить про те, що наразі у фаховій літературі відсутній єдиний підхід до оцінки рівня інноваційної відкритості організації. Різноманіття форм інноваційної кооперації та кластеризації, а також відмінності у взаємодії з ринковими контрагентами залежно від розміру фірми, виду економічної діяльності, типу та стадії інноваційного процесу значно ускладнюють вирішення проблеми вимірювання рівня інноваційної відкритості організації. Найпоширеніші показники, що використовуються для оцінки ефективності відкритих інновацій, характеризують обсяг залучення зовнішніх знань і технологій, широту та глибину зовнішніх інформаційних джерел інноваційної діяльності, а також інтенсивність інноваційного співробітництва [1].

Згідно позиції Г. Чесбро, засновника концепції відкритих інновацій, інноваційна відкритість організації може розглядатися через систему узагальнених показників, що відображають ступінь адаптації компанії до запровадження відкритих інновацій за функціональними сферами інноваційного менеджменту (управління персоналом, управління НДДКР, управління інтелектуальною власністю та управління конкурентними перевагами) [2].

Об'єктивне вимірювання результативності запровадження відкритих інновацій потребує структуризації інноваційного процесу та визначення його специфіки – процес «ззовні-всередину» (outside-in process), процес «зсередини-назовні» (inside-out process) чи подвійний процес (coupled process) [3]. Залежно від типу інноваційного процесу критерії інноваційної відкритості організації можуть бути узагальнені за такими ключовими напрямками: показники «вхідних» відкритих інновацій (inbound open innovation), що характеризують ступінь інтенсивності пошуку та використання зовнішніх знань і науково-технологічних розробок; показники «вихідних» відкритих інновацій (outbound open innovation), які зводяться до аналізу можливостей та результатів комерціалізації технологій; показники інноваційної кооперації, що дають змогу оцінити активність інноваційної співпраці із зовнішніми партнерами, а також показники внутрішніх НДДКР, які дозволяють дослідити інноваційну спроможність компанії.

Перспективами подальших досліджень із зазначеної проблематики є розробка методичних рекомендацій щодо формування системи індикаторів ефективності відкритих інновацій у підприємницькому секторі, що дасть змогу охарактеризувати досягнутий рівень інноваційної відкритості організації та визначити резерви інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1. Fiegenbaum, I., Podmetina, D., Teplov, R., Albats E. Towards open innovation measurement system – a literature review [Електронний ресурс] / I. Fiegenbaum, D. Podmetina, R. Teplov, E. Albats // The Proceedings of The XXV ISPIM Conference. – Dublin, Ireland. – 2014. – Режим доступу : http://www.ispim.org/members/proceedings/ISPIM2014/commonfiles/files//589822235_Paper.pdf
2. Chesbrough, H. Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape / H. Chesbrough. – Boston : Harvard Business School Press. – 2006. – 272 p.
3. Enkel, E. Open R&D and Open Innovation: Exploring the Phenomenon / E. Enkel, O. Gassmann, H. Chesbrough // R&D Management. – 2009. – № 4. – P. 311-316.
4. Flores, M., Al-Ashaab, A., Magyar, A. A Balanced Scorecard for Open Innovation: Measuring the Impact of Industry-University Collaboration. – in Luis M. Camarinha-Matos; Iraklis Paraskakis & Hamideh Afsarmanesh, ed. – «PRO-VE», Springer. – 2009. – P. 23-32.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Сьогодні українська економіка встає на шлях інноваційного розвитку, що знаходить своє відображення у виробничій, освітній, торговельній та інших сферах. Інноваційна діяльність – одна із умов модернізації національного господарства, переходу до нової стадії розвитку і сприймається в якості необхідного атрибуту економічних відносин.

В сучасних умовах господарювання торговельні підприємства просто зобов'язані швидко адаптуватись до всіх змін, що відбуваються в економіці і використовувати їх з метою реалізації своїх конкурентних переваг і подальшого розвитку.

Одним із механізмів подолання тиску з боку конкурентів може бути використання різних видів інновацій. Не всі торговельні підприємства йдуть на їх втілення. Існує ряд проблем, які не дозволяють торговельним підприємствам, в повній мірі, вводити в свою діяльність інновації, а саме: не сприйняття інновацій як способу розвитку підприємства і економіки в цілому; відсутність інноваційної інфраструктури.

Серйозні проблеми на ринку товарів та послуг, що виникають в останні роки тягнуть за собою скорочення споживчого попиту і зміну відношення до здійснення покупок. Скорочення обсягів товарообороту відчуває велика кількість торговельних підприємств. Тому важливо звертати увагу на нові можливості, щоби утримувати позиції і розвивати бізнес.

Залежно від того, в якій галузі застосовуються інновації, їх можна розділити умовно на три основні групи:

- інновації в товарах і послугах (розробка нових видів товарів та послуг);
- інновації в процесах (розробка нових способів виробництва і реалізації товарів і послуг);
- інновації в бізнесі (розробка нових способів ведення діяльності).
- інновації в торгівлі – це набір певних процесів, які відбуваються всередині торговельного підприємства і приводять до підвищення конкурентоздатності підприємства, росту продуктивності праці і збільшенню прибутковості.

Декілька останніх років акценти в розвитку роздрібної торгівлі робились, в першу чергу, на збільшення кількості торговельних площ (кількості магазинів, розміру торговельної площі), і навіть для покращення їх якості часом не знаходилося часу. Це було виправданим в умовах бурхливого розвитку торгівлі, але з часом доводиться задумуватись про саму стратегію роботи.

В наш час великий вплив на сферу торгівлі мають інформаційні та комп'ютерні технології (ІКТ).

Інноваційний розвиток торгівлі на сучасному етапі передбачає:

- ретельний аналіз впливу інформаційних технологій на традиційні способи ведення торгівлі, а також нові можливості для розвитку бізнесу;

- виокремлення інноваційних підходів в результаті впливу ІКТ на цінову політику торговельного підприємства. Вони сконцентровані, насамперед, навколо можливостей використання ІКТ для вивчення і обліку індивідуальних особливостей покупця, оцінки його цінностей;

- необхідність враховувати, що сучасні ІКТ, дозволяють взаємодіяти з клієнтом в будь-якому місці і в будь-який час.

- зв'язок інновацій в розвитку торговельного бізнесу пов'язують з використанням інтернет-технологій (створення сайту компанії, інтернет-бренду і т.п.);

- нерозривність процесів надання і використання торговельних послуг примушує втілювати засновані на ІКТ інновації в процеси надання послуг в торговельному підприємстві, організацію взаємодії персоналу з покупцем, формування фізичного оточення послуги.

Інновації і високі технології визначають майбутнє роздрібної торгівлі, розвиток яких визначається очікуваннями і запитами споживачів.

Список використаних джерел

1. Інноваційний менеджмент : підручник/ С.Д. Ильенкова, Л. Гохберг, С.Ю. Ягудін та ін. –М. : ЮНИТИ, 1997 – 270 с.
2. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / за ред. П.Н. Завлина, О.К. Казанцева, Л.Э. Минледи. – СПб. : Наука, 2000. – 190 с.
3. Сутність поняття інновація та її класифікація / Ф.Ф. Бездудний. Режим доступу : mag.innov
4. Фатхутдинов Р.А. Інноваційний менеджмент : підручник / Р.А. Фатхутдинов. – 4-те вид. – СПб. : Пітер, 2005. – 400 с.

ІНОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасне економічне зростання характеризується визначальним значенням науково-технічного і технологічного прогресу та інтелектуалізацією основних факторів виробництва. Внесок інноваційної складової в приріст ВВП розвинених країн збільшився: у США з 31,0% у 1980-ті роки до 34,6% на початку нового століття, у Японії відповідно з 30,6% до 42,3%, у Європі з 45,5 до 50,0% [1]. Саме тому, на сучасному етапі розвитку – утвердження постіндустріального суспільства – необхідною складовою національної конкурентоспроможності є розробка та використання продуктів інноваційної діяльності у виробництві.

Об'єктивним індикатором успішності інноваційної політики країн світу можна вважати Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), який з 2007 р. публікується щорічно. Україна посіла 63-є місце у рейтингу ГІІ-2014 (піднявшись на 8 позицій порівняно з минулим роком) і є одним із лідерів у групі країн із доходами нижчими за середні (за класифікацією Світового банку). Україна зайняла 44-є місце за субіндексом витрат, 88-є місце за субіндексом результатів та 14-є місце серед 143 країн за ефективністю інновацій (табл. 1).

Таблиця 1

Позиції окремих країн у рейтингах Глобального індексу інновацій, 2014 р. [2]

Країна	Бали	(0–100)	Ранг	Дохід	Регіон	Ранг	Ефективність
Швейцарія	64,78	1	HI	1	1	0,95	6
Великобританія	62,37	2	HI	2	2	0,83	29
Швеція	62,29	3	HI	3	3	0,85	22
Фінляндія	60,67	4	HI	4	4	0,80	41
Нідерланди	60,59	5	HI	5	5	0,91	12
Російська Федерація	39,14	49	HI	42	30	0,79	49
Румунія	38,08	55	UM	11	32	0,84	24
Білорусь	37,10	58	UM	13	33	0,83	27
<i>Україна</i>	36,26	63	LM	3	36	0,90	14
Грузія	34,53	74	LM	6	11	0,68	90
Казахстан	32,75	79	UM	25	2	0,59	118
Азербайджан	29,60	101	UM	32	17	0,58	120
Узбекистан	25,20	128	LM	30	7	0,61	108
Таджикистан	23,73	137	LI	19	11	0,45	138

Примітка. HI – високий дохід; UM – дохід вищий за середній; LM – дохід нижчий за середній; LI – низький дохід.

Проаналізувавши дані за групами показників, можна побачити сильні та слабкі сторони розвитку інноваційної сфери України. Так, достатньо високими є позиції України за групою показників «Людський капітал та дослідження» (45-е місце серед 143 країн), «Знання та технології, випуск» (32-е місце), які за більшістю складових пов'язані зі сферою інтелектуальної власності. Водночас, проблеми інноваційного розвитку наочно демонструють низькі позиції України в групі показників «Інститути» (103-е місце), «Інфраструктура» (107-е місце), «Розвиненість ринку» (82-е місце), «Розвиненість бізнесу» (90-е місце).

Згідно з рейтингами за групою показників «Інститути» потребує реформування «Бізнес-середовище», передусім процедура банкрутства та сплати податків. Необхідно вжити заходів щодо змін у регуляторному середовищі, зокрема, щодо верховенства права, а також щодо дієвості влади. Відповідно до рейтингів за групою показників «Людський капітал та дослідження» Україна займає достатньо високе місце в світі (45-е) та має значний потенціал у сфері вищої освіти (Україна входить у тридцятку країн за витратами освіти та 11 місце за кількістю осіб, що мають вищу освіту) і тенденцію до покращення ситуації в науково-дослідній сфері, в тому числі щодо вкладень у НДДКР. За групою показників «Інфраструктура» позиції України є значно нижчими, ніж в середньому по Європі. Потребують змін механізми регулювання в екологічній сфері, сфері капіталовкладень, урядових послуг он-лайн.

Ці дані дають змогу дійти до висновку, що реформування економіки України, підвищення її конкурентоспроможності неможливі без розбудови сфери охорони промислової власності, яка характеризується слабкістю інституційного середовища та ринкової інфраструктури, низьким рівнем захисту прав інтелектуальної власності. Тим не менше, економіка України має значний інноваційний потенціал, а саме: традиційно у сфері витрат на освіту, як результат загальна освіченість населення, кількість зареєстрованих патентів, кількість профінансованих науково-дослідних програм за-за кордону. Задля того, аби цей інноваційний потенціал можливо було перетворити в інноваційний ріст вкрай необхідною є ефективна національна економічна стратегія і стратегія розвитку, що б чітко окреслювала мету – побудову інноваційної економіки, засоби досягнення цієї мети, і що, найважливіше ресурси для її забезпечення.

Список використаних джерел

1. The Global Innovation Index 2014 [Електронний ресурс] / INSEAD and WIPO 2013. – 400 p. – Режим доступу : <http://www.globalinnovationindex.org>.

Лозовський О.М.,

к.е.н. доцент.

Горшков М.А.,

*асистент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

ФОРМУВАННЯ ІМІТАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ВІДТВОРЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Зростаючі темпи використання природних ресурсів агропромисловим комплексом зумовлюють проблему відтворення та збереження ресурсів довкілля.

Основа регіональної інвестиційної політики – підтримка єдиних внутрішньо регіональних цін на важливу агропромислову продукцію, в основі якої лежать ціни на зерно. З цією метою на регіональному рівні необхідно організувати службу моніторингу за цінами на товари, витратами виробництва і дохідністю галузей АПК. Ці дані стануть основою регулювання ринкових відносин, мета якого полягає в підтримці доходів підприємств аграрної сфери на рівні забезпечення умов для розширеного відтворення, виробництва та реалізації екологічно чистої сільськогосподарської продукції, організації мотиваційних стимулів до праці. [1,с.43]

Вибір найкращого варіанту використання коштів регіонального фонду відтворення природного ресурсного потенціалу АПК здійснюється за допомогою імітаційного моделювання. Розробка і реалізація регіональної програми відтворення природного ресурсного потенціалу АПК пов'язана з подоланням принципових труднощів інформаційного, наукового, технічного і організаційного характеру. [2, с.58]. Проведені нами дослідження дозволяють зробити висновок, що перераховані труднощі можна подолати за допомогою спеціальної імітаційної системи. Така система, як показано на рис. 1, складається з банку вихідних даних, набору економіко-екологічних алгоритмів і комп'ютеризованих програм, процедур аналізу варіантів програми й прийняття рішення на підставі результатів комп'ютерної обробки даних. Призначення імітаційної системи – генерування варіантів стратегій ресурсокористування в АПК та їх всебічна комплексна оцінка з урахуванням потреб ресурсокористування регіону.

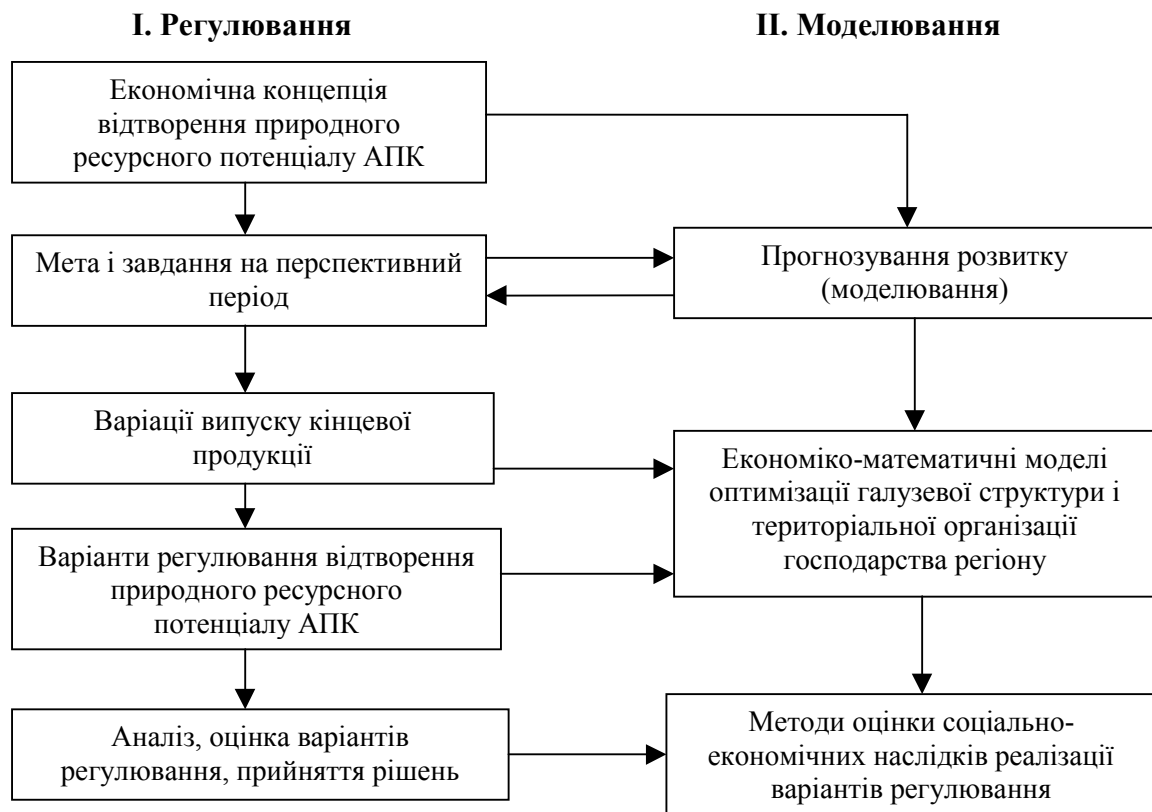


Рис. 1. Блок-схема структури імітаційної моделі економічного регулювання відтворення природного ресурсного потенціалу АПК в регіоні

Розроблені методичні рекомендації з економічного відтворення природного ресурсного потенціалу АПК на регіональному рівні дозволяють практично вирішувати завдання пошуку шляхів формування та ефективного використання обмежених фінансових ресурсів на підставі імітаційних моделей економічного регулювання для відтворення природних ресурсів аграрної сфери.

Список використаних джерел

1. Дацій, О. Концептуальні засади управління земельними ресурсами як основи просторового соціально-економічного розвитку країни / О. Дацій // Економіст. – 2011. – №4. – С.42–45.
2. Варналій, З. С. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: монографія / за ред. З. С. Варналія . – К. : Знання України, 2005 р. – 456 с.

Мазаракі А.А.,
ректор Київського національного
торговельно-економічного університету, д.е.н., проф.
Шклярук К.С.,
директор Інституту
вищої кваліфікації КНТЕУ, к.е.н., ст.н.с.

ДОСЛІДНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЯК УЧАСНИК СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Указом Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна 2020» визначено, що метою задекларованих реформ є впровадження в Україні європейських стандартів життя, вихід України на провідні позиції в світі. Задля цього рух уперед буде здійснюватись за різноманітними векторами, в т.ч. і вектором розвитку – проведення структурних реформ, щоб стати державою з сильною економікою та з передовими інноваціями, та «вектором гордості» – забезпечення гордості за власну державу, її історію, культуру, спорт, науку та освіту [1].

На наш погляд, важливу роль у модернізації освітньо-наукових систем і розбудові інноваційної економіки відіграватимуть дослідницькі університети.

Зарубіжний та вітчизняний досвід свідчить, що вирішення завдання розбудови сучасної конкурентної економіки та суспільства знань потребує оптимального використання новітніх моделей інноваційних процесів, важливою складовою яких виступають дослідницькі інноваційні університети. Такі вищі навчальні заклади, працюючи у тісному партнерстві з державою і місцевим самоврядуванням та суб'єктами економічної діяльності, дедалі більше перетворюватимуться на центри інноваційного розвитку, досягаючи значного прискорення процесів впровадження результатів досліджень і розробок у затребувані економікою технології, товари і послуги.

Зростання ступеня інтеграції освіти, науки та інновацій працюватиме на вирішення найактуальніших проблем системи освіти, серед яких підвищення її якості та приведення структури підготовки кадрів у відповідність до реальних потреб приватного і суспільного секторів національної економіки. Результатом посилення зв'язку між навчальними, дослідницькими та інноваційними компонентами освітньо-наукової системи стане підготовка кадрів, краще пристосованих до роботи в умовах швидких змін і високої конкуренції, здатних проявляти ініціативу і брати на себе відповідальність. Все це

сприятиме розв'язанню проблем структурного реформування вітчизняної економіки, створення нових наукомістких інноваційних виробництв, активізації підприємництва [3].

Дослідницькі університети мають забезпечити проривний розвиток держави в певних галузях знань за моделлю поєднання освіти, науки та інновацій, сприяти її інтеграції у світовий освітньо-науковий простір.

Переваги такого статусу, закладені в положеннях Закону України «Про вищу освіту», стимулюватимуть й інші національні вищі навчальні заклади приводити свою діяльність у відповідність до вимог закону і, відповідно, забезпечуватимуть провадження їх науково-освітньої діяльності на світовому рівні шляхом розвитку інфраструктури та матеріально-технічної бази, фундаментальної складової наукових досліджень, забезпечення високоякісної фахової підготовки докторів наук та здатність впроваджувати і комерціалізувати наукові результати, інтеграція у світовий освітньо-науковий простір, високі позиції в національному, галузевих та/або міжнародних рейтингах вищих навчальних закладів, кількість публікацій за показниками визнаних міжнародних наукометричних баз та у міжнародних реферованих виданнях [2].

Такі кроки і «рухатимуть вперед» систему вищої освіти в Україні.

Київський національний торговельно-економічний університет рішенням вченої ради також спрямував свою наукову та інноваційну діяльність на досягнення параметрів дослідницького університету.

І це завдання нам до снаги.

Список використаних джерел

1. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014, № 1556-VII.
2. Про стратегію сталого розвитку «Україна 2020» : Указ Президента України від 12.01.2015, № 5/2015.
3. Іщенко А.Ю. Інноваційні дослідницькі університети як чинник модернізації освітньо-наукової сфери та розбудови суспільства знань. Аналітична записка / А.Ю. Іщенко. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1427/>.

Мазур О.А.,
к.е.н., зав. відділу економічних досліджень ІЕЗ ім. Є. О. Патона
Пустовойт С.В.,
к.т.н., ст. н. с. ІЕЗ ім. Є. О. Патона
Бровченко Н.С.,
асп. ІЕЗ ім. Є. О. Патона

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАУКОВИХ УСТАНОВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Стратегічним пріоритетом розвитку України є побудова інноваційної економіки та підвищення її конкурентоспроможності з урахуванням спостережуваного у світі прискореного технологічного розвитку світової економіки та переходом провідних країн до економіки знань, яка заснована на безперервному отриманні й упровадженні нових знань у всі сфери діяльності суспільства.

Утвердження інноваційної моделі національної економіки можливо тільки за умови відновлення розвитку сфери НДДКР для самостійного прориву до інновацій. Для цього необхідно суттєво збільшити фінансування науки та освіти та має виконуватися норма Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність», яка передбачає державне фінансування в розмірі не менше 1,7% ВВП.

На сьогодні фінансування української науки з бюджету України здійснюється на рівні 0,2–0,3 % ВВП, а з урахуванням позабюджетних коштів – 0,77 %. На жаль, очікується, що зростання економічної кризи в країні та впровадження урядової програми кардинальних реформ призведе до зменшення фінансування до рівня, нижчого за 0,2 % ВВП. Таких бюджетних коштів з урахуванням різкого підвищення комунальних платежів буде вкрай недостатньо для нормального функціонування наукових установ. Постає гостра проблема збільшення частки позабюджетного фінансування, насамперед за рахунок виконання госпдоговорів та надання дозволених законодавством послуг.

Крім недостатнього фінансування, негативно впливають на функціонування науки недоробки податкового та бюджетного законодавства щодо фінансування госпдоговірної діяльності наукових установ. Негативну роль тут зіграло поширення на них статусу неприбуткових організацій, позбавлення їх можливості самостійно розпоряджатися надходженнями від надання законодавчо дозволених платних науково-технічних та інших послуг та передача цих надходжень у відання Державного казначейства. В таких умовах

неможливо створити оборотні кошти. Виникають труднощі у фінансуванні діючих госпдоговорів, особливо для укладених зарубіжних контрактів, які оплачуються замовниками тільки після виконання всього комплексу робіт за договором. Для нормального виконання госпдоговірної тематики необхідно відновити норми, що вже діяли в минулі роки та дозволяли розпоряджатися самостійно заробленими коштами. Необхідна наявність у наукових установ двох рахунків: у Держказначействі для виконання робіт, які фінансуються з бюджету, та розрахункового для госпдоговірних робіт – у банківських установах відповідно до Цивільного та Господарського кодексів.

Одним із джерел збільшення позабюджетного фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності наукових установ є реалізація закладених в Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» прогресивних для української науки норм прав власності на результати науково-технічних робіт, виконаних за бюджетні кошти. Це надало б розробникам широкі права володіння правами на власні розробки та сприяло б збільшенню позабюджетних надходжень для фінансування наукової та науково-технічної діяльності за рахунок впровадження у промисловості розробок або передачі майнових прав. На жаль, незважаючи на двомісячний термін, встановлений відповідним законом, до цих пір не розроблено та не затверджено нормативних документів, які б забезпечували використання цих прогресивних положень закону у практичній діяльності наукових установ.

Світовий досвід свідчить, що одним з можливих шляхів залучення додаткових коштів на проведення науково-технічної та інноваційної діяльності є корпоратизація наукових установ, яка передбачає перетворення бюджетної установи в економічно самостійну структуру, що сама відповідає за результати своєї фінансової діяльності перед державою. Однак досвід створення корпоративних утворень в промисловості України свідчить про різного роду законодавчі та бюрократичні перепони, надмірну політизацію процесу та недосконале законодавство.

Сприяти залученню позабюджетних коштів для фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності може створення холдингу у відповідності до Закону України «Про холдингові компанії в Україні», який має на увазі створення відкритого акціонерного товариства, в якому не менше як сто відсотків акцій належить державі. Процес приватизації та створення акціонерних товариств на прикладі діючих державних холдингових компаній свідчить про довготривалий термін їх створення, необхідність прийняття відповідної нормативно-правової бази, що регулює їх функціонування.

ІНОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ У БАНКАХ УКРАЇНИ

Прискорення процесів інформатизації, жорстка конкуренція на ринку банківських послуг та зміна споживчих трендів, здатних принести банку прибуток, обумовлюють підвищення ролі маркетингу в діяльності вітчизняних банків. За цих умов дедалі більша кількість вітчизняних банків інтенсифікують маркетингові зусилля, щоб забезпечити успіх банку в конкурентній боротьбі, підвищити ефективність банківської діяльності, її прибутковість.

В Україні розвиток маркетингу у сфері банківських послуг відбувається в складних умовах. За відсутності досвіду, методичних розробок, спеціалістів, належного інформаційного середовища кожен банк самостійно розробляє маркетингову політику та оцінює її вплив на фінансові результати власної діяльності [1, с. 123]. Водночас із розвитком та подальшим ускладненням банківської діяльності зростає потреба в розробленні та прийнятті сучасних наукових маркетингових рішень, спрямованих на розширення збуту банківських послуг, залучення нових клієнтів, поліпшення їх обслуговування з метою підвищення ефективності банківської діяльності та збільшення прибутку.

Необхідно відзначити, що банківська криза спричинила серйозні труднощі як у самих банків, так і в їхніх клієнтів. За таких умов, банки повинні приділяти особливу увагу збереженню й зміцненню свого іміджу. Проблема полягає в тому, що керівництво більшості банків ставиться до репутації свого банку як до характеристики, що повинна існувати сама по собі, і вважає, що на підтримку не слід витрачати ні часу, ні грошей.

Дана ситуація на вітчизняному банківському ринку також вплинула на свідомість споживача і спровокувала трансформацію його потреб, як покупця та користувача банківських послуг [2, с. 177]. Нами сформульовані основні споживчі тренди:

- тотальна економія з боку споживача, що примушує його шукати альтернативні пропозиції за меншу ціну та займатися економічним плануванням;
- клієнт вимагає більшої уваги до власних потреб;
- з'явилась потреба в надійних та достовірних каналах перевірки інформації про банк;
- підвищена чутливість до інформації та якості обслуговування;

– зменшення довіри до банку, призвело до дуже прискіпливої клієнтської перевірки всіх його послуг;

– від банку вимагається демонстрування його патріотизму та соціальної відповідальності.

За умови трансформації споживчих очікувань на ринку банківських послуг вітчизняні банки повинні суттєво переглянути власні маркетингові стратегії та спрямувати свою роботу на впровадження новітніх банківських сервісів [3, с. 352]. На нашу думку, інноваційними напрямками банківського маркетингу є: багатоканальна діяльність з поєднанням нових та традиційних технологій та інструментів; самообслуговування; дистанційне обслуговування; телефонні центри та запровадження віртуальних банківських та фінансових технологій; зростання інтенсивності використання зон самообслуговування клієнтів.

Враховуючи науково-технічний прогрес, слід зазначити, що даний процес істотно впливає на поширення банківських послуг через мережу Інтернет, що підвищує конкурентну спроможність банків. Але все ж таки, однією з проблем вітчизняної банківської системи є низький рівень використання інформаційних технологій. В Україні ж Інтернет-банкінг досить пасивний і може розглядатися лише як перспективна проблема, а не як предмет активної поточної діяльності.

В якості загального резюме можна відзначити, що впровадження клієнтоорієнтованого маркетингового підходу покликано сконцентрувати в собі всі аспекти, які впливають на ефективність взаємодії банку з клієнтами для побудови довгострокових відносин зі споживачами з метою забезпечення стійкого економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Захарченко, О. М. Дистанційне банківське обслуговування на основі системи «клієнт-банк»: переваги та недоліки [Текст] / О.М. Захарченко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. // ДВНЗ «УАБС НБУ». – Суми, 2013. – Т. 30. – С. 121–127.
2. Широкова, М.С. Дослідження економічної поведінки споживачів банківських послуг [Текст] / М.С. Широкова // Вісн. Харків. нац. у-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2011. – № 941. – С. 177.
3. Олещук, М.Г. Впровадження інноваційних ІТ-технологій як напрямок підвищення конкурентоспроможності банків на ринку банківських послуг України [Текст] / М.Г. Олещук // Наук. вісн. ДДМА. – 2013. – № 1 (6Е). – С. 351–358.

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Інтеграція України в Європейський Союз зумовлює вирішення великої кількості завдань, а саме: забезпечення конкурентоспроможності національної економіки та підвищення темпів її зростання; підвищення соціальних й екологічних стандартів та вирішення проблем, які мають місце в цих сферах; підвищення експортного потенціалу країни та гарантування їй економічної безпеки тощо. Відповідно, одним із шляхів вирішення цих завдань є формування та запровадження інноваційної моделі розвитку.

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1].

У 2013 р. інноваційною діяльністю у вітчизняній промисловості займалися 1715 підприємств, що становить 16,8% (у 2012 р. – 1758 підприємств, або 17,4%). У розрізі видів економічної діяльності слід відзначити підприємства з виробництва тютюнових виробів (42,9%), основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів хімічної та нафтохімічної промисловості (41,0%), інших транспортних засобів (39,1%), комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (35,7%), електричного устаткування (28,5%) [2].

Аналіз показників за Глобальним інноваційним рейтингом, розробленим агентством Bloomberg, показав, що Україна за показниками інноваційності має наступні результати: велику кількість населення з вищою освітою (6 місце у світі), патентна активність (17 місце), інтенсивність НДДКР (39 місце), технологічні можливості промисловості (34 місце). Але за підсумком даного рейтингу, наша держава займає 69 місце за ефективністю економіки [3]. За даними іншого міжнародного рейтингу, а саме, Всесвітнього економічного форуму в Давосі, Україна посідає 79 місце за фактором інноваційності та досвідченості бізнесу та належить до держав із середнім рівнем інноваційності [4].

Тому, для активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та підвищення інноваційного потенціалу в цілому, Україні

необхідна реалізація державної інноваційної політики, яка б вирішувала наступні завдання:

1) формування законодавчого та нормативно-правового забезпечення, зокрема створення умов для освоєння прогресивних технологій і створення виробництв наукомістких видів продукції, розробка й удосконалення нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності, удосконалення податкового законодавства і механізмів його застосування;

2) забезпечення державної підтримки в сфері наукомістких технологій, в підготовці на рівні міжнародних кваліфікаційних вимог фахівців, наукових і педагогічних кадрів в області комерціалізації технологій і управління проектами, в застосуванні технологій подвійного призначення, у розширенні інноваційної інфраструктури;

3) формування джерел фінансування інноваційного розвитку, а саме: розвиток системи позабюджетних галузевих і міжгалузевих фондів, встановлення законодавством України рівня, що відповідає вимогам національної безпеки державних витрат на фінансування наукових досліджень і експериментальних розробок, розвиток системи венчурного інвестування у науково-технічній сфері, підвищення ефективності використання національної (державної) власності, залучення в господарський оборот об'єктів інтелектуальної і промислової власності;

4) забезпечення розвитку малого інноваційного підприємництва шляхом формування сприятливих умов для створення і функціонування малих підприємств.

Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm.
3. The Global Competitiveness Report 2011–2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf.
4. Панченко І. Ключові проблеми інноваційного розвитку України та методи їх вирішення / І. Панченко // Тези Інтернет конференції. – 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.stelmaschuk.info/internet-conference/announced-internet-conference/internet-conference-number-2/49_konferencia-23-02-2012/116-2012-03-16-00-52-29.html.

Махначова Н.М.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

У суспільному і економічному житті країн світу регіональна політика перетворилася на один із найважливіших факторів економічного і соціального розвитку. Практично у всіх розвинених країнах спостерігається чітко окреслене прагнення створити умови, які дозволили б регіонам повністю реалізувати наявний потенціал, максимально збільшити їх вклад у національну економіку, здобути конкурентних переваг на світовому ринку.

За роки ринкових реформ Україні вдалося досягти певних успіхів у побудові нової системи економічних відносин між центром та регіонами. Але передчасно говорити, що в країні існує регіональна економічна політика у тому вигляді, в якому вона є у зарубіжних країнах. Політичні реформи останнього періоду, а саме чітке визначення європейського вектора розвитку значною мірою підвищує вимоги до конкурентних показників вітчизняних підприємств.

Інноваційний шлях розвитку України передбачає наявність відповідної інфраструктури, освічених та креативних людей, які спроможні виконувати інноваційні розробки. Процеси, які відбуваються в українській економіці, створюють додаткові умови для конкурентоспроможності компаній та їх продукції. На даному етапі підприємства недостатньо швидко реагують на ринкові тенденції, що постійно змінюються, проте використання нових технологій, їх упровадження, стратегічна та інноваційна співпраця мають стати основними елементами підґрунтя для побудови ефективної та високотехнологічної економіки.

Тому для забезпечення високих темпів зростання промислового виробництва у Вінницькій області, необхідно різко зменшити технологічне відставання від країн ЄС. Реалізація інноваційно-інвестиційної моделі розвитку господарського комплексу області передбачає зміну: технологічного укладу, організаційних форм господарювання, кадрового потенціалу обласного господарського комплексу [1, с. 309].

Проаналізуємо надходження прямих іноземних інвестицій в економіку Вінницької області (рис. 1).



Рис. 1. Надходження прямих іноземних інвестицій в економіку Вінницької області

Інвестиції надійшли із 54 країн світу. До п'ятірки основних країн – інвесторів, на які припадає 68,8% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Австрія – 55,7 млн дол., Кіпр – 49,1 млн дол., Франція – 29,4 млн дол., Німеччина – 22,7 млн дол., Польща – 14,9 млн дол. [2]

На підприємствах промисловості зосереджено 136,3 млн дол. (54,6%) загального обсягу прямих інвестицій в область, у т.ч. переробної – 133,2 млн дол. та добувної промисловості і розроблення кар'єрів – 2,2 млн дол. Серед галузей переробної промисловості у виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів внесено майже 67,6 млн дол. прямих інвестицій, вироблення виробів з деревини, виробництво паперу та поліграфічну діяльність – 31,8 млн дол.; виробництво хімічних речовин і хімічної продукції – 16,9 млн дол. [2]

Вагому частку (44,3%) іноземного капіталу зосереджено у м. Вінниці – 110,5 млн дол. Також значні обсяги іноземних інвестицій зосереджено у Козятинському районі – 51,4 млн дол. (20,6%) та Немирівському – 14,7 млн дол. (5,9%). Серед інших регіонів області провідні місця за обсягами іноземних інвестицій утримують міста: Ладизин, Козятин та райони: Барський, Вінницький та Тиврівський.

Тобто, стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку Вінницької області, в першу чергу, полягає у створенні умов для залучення капіталу у високотехнологічні галузі промисловості.

Список використаних джерел

1. Заболотний Г.М. Ринкова трансформація економіки регіону : підручник / Г.М. Заболотний, В.І. Захарченко, А.М. Ступницький ; ВНАУ. – Вінниця : Консоль, 2012. – 536 с.
2. Програма економічного і соціального розвитку Вінницької області на 2015 рік [Електронний ресурс] : Рішення 31 сесії обласної Ради 6 скликання від 16 січня 2015 року. – Режим доступу : www.vin.gov.ua

ІННОВАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ДОВІРЧОГО УПРАВЛІННЯ МАЙНОМ

Визначення вимог до економічної інформації підприємницьких структур слід вважати важливою передумовою для побудови раціональних інформаційних потоків при зниженні витрат на їх формування та підвищення ефективності управління.

Інновації в інформаційному забезпеченні суб'єктів довірчого управління майном – це процес забезпечення інформаційної складової їх фінансової безпеки, що передбачає виконання як всієї сукупності функціональних обов'язків щодо інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності, так і специфічних операцій.

До специфічних операцій належить: оцінювання можливих негативних впливів на інформаційний простір суб'єктів довірчого управління майном; аналіз ефективності заходів щодо забезпечення інформаційної складової фінансової безпеки на основі оцінки відведених і понесених збитків від негативних впливів на інформаційну безпеку; розробка рекомендацій щодо підвищення рівня забезпечення інформаційної складової фінансової безпеки суб'єктів довірчого управління майном; розробка плану взаємодії залучених до роботи підрозділів; розрахунок показників ефективності заходів, що плануються до реалізації. Відсутність належної реєстрації і контролю робіт, низька продуктивність праці та дисципліна персоналу, доступ сторонніх осіб до обчислювальних ресурсів створюють умови для зловживань та викликають труднощі їх виявлення [1].

В області сертифікації, акредитації й оцінки безпеки в суб'єктів довірчого управління майном варто проводити:

- постійний моніторинг регуляторів безпеки, щоб мати довіру до їхньої ефективності;
- періодичну оцінку регуляторів безпеки, застосовуваних в ІС, щоб контролювати їхню ефективність;
- розробку й перетворення в життя плану дій по усуненню недоліків і зменшенню або усуненню уразливості ІС;
- авторизацію введення в експлуатацію ІС і встановлення з'єднань із іншими інформаційними системами.

Оцінка ризиків. Із заданою частотою або після появи відомостей про нові критичні для ІС уразливості необхідно сканувати уразливості в інформаційній системі.

Сертифікація, акредитація й оцінка безпеки. Із заданою частотою, але не рідше, ніж раз у рік, доцільно здійснювати оцінку регуляторів безпеки в інформаційній системі, щоб визначити, наскільки вони коректно реалізовані, функціонують у відповідності зі специфікаціями й дають очікувані результати з погляду виконання пропонованих до ІС вимог інформаційної безпеки.

У суб'єктів довірчого управління майном формуються структури для реагування на порушення інформаційної безпеки (група реагування), включаючи підготовку, виявлення й аналіз, локалізацію, ліквідацію впливу й відновлення після порушень.

У плані реагування на порушення інформаційної безпеки суб'єктів довірчого управління майном повинні:

- створити діючу структуру для реагування на інциденти, маючи на увазі адекватні підготовчі заходи, виявлення, аналіз і локалізацію порушень, відновлення після інцидентів і обслуговування обігів користувачів;

- забезпечити простежування, документування й повідомлення про інциденти відповідним посадовим особам організації й уповноваженим органам.

- навчати співробітників їхнім ролям і обов'язкам, пов'язаним з реагуванням на порушення інформаційної безпеки ІС, і із заданою частотою, але не рідше, ніж раз у рік, проводить тренування для підтримки практичних навичок.

- підтримувати процесу реагування на порушення інформаційної безпеки застосовуються автоматичні механізми.

- простежувати й документувати порушення інформаційної безпеки ІС [2].

Таким чином, інформаційне забезпечення виступає як одна із складових інформаційної системи фінансової безпеки суб'єктів довірчого управління майном. Інформація, яка накопичується в суб'єктами довірчого управління майном щодо забезпечення процесу управління довірчим майном достатньо велика, тому з метою захисту фінансових інтересів виникає потреба у застосуванні спеціальних інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Горячева К.С. Інформаційно-аналітичне забезпечення фінансової безпеки підприємства / К.С. Горячева // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 9. – С.43–49.
2. Горячева К.С. Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства / К.С.Горячева // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. – Т. 9. – Суми : Мрія-1 ЛТД, УАБС, 2004.

Мельник Г.В.,

*к. е. н., асистент кафедри прикладної математики та ІТ
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

НЕЧІТКО ІЄРАРХІЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ВЕЛИЧИНИ МОЖЛИВИХ ЗБИТКІВ ВІД ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНИХ РИЗИКІВ У КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМАХ

Питання визначення величини можливих збитків внаслідок впливу чинників інформаційних ризиків на корпоративну систему є найскладнішим в аналізі ризиків. У низці випадків системні аналітики або виключають з розгляду втрати загалом і беруть до уваги тільки можливість найгірших наслідків дії загрози, або намагаються проводити точні розрахунки та обчислення величини можливих втрат. Пропонується розглянути задачу побудови математичної моделі оцінювання можливих збитків інформаційних активів із застосуванням нечіткого ієрархічного підходу [1]. Сформулюємо формалізований підхід до оцінювання величини можливих втрат інформаційних активів з використанням нечітких описів [2].

Величину втрати P інформаційних активів пропонується характеризувати за факторами [3]: V_1 – продуктивність; V_2 – внутрішні витрати; V_3 – вартість заміни активу; V_4 – штрафи та санкції; V_5 – зниження конкурентоспроможності; V_6 – репутація. Оцінювання фактору V_j , $j = \overline{1, 6}$, проводиться експертом за шкалою можливих збитків: L_VH – «дуже великі», L_H – «великі», L_M – «середні», L_L – «малі», L_VL – «дуже малі». Тобто, терм-множина вхідних змінних в загальному вигляді представляється у вигляді:

$$LA = \{L_VH, L_H, L_M, L_L, L_VL\}. \quad (1)$$

Оскільки оцінювання лінгвістичного показника P відбувається за набором показників V_j , $j = \overline{1, 6}$, моделювання такої багатомірної залежності доцільно проводити із застосуванням ієрархічної системи нечіткого висновку (рис. 1). Терм-множина вихідної змінної P (рівень збитків) записується у вигляді:

$$LD = \{PL_VH, PL_H, PL_Sg, PL_M, PL_L, PL_VL\}, \quad (2)$$

де PL_VH – «дуже високий», PL_H – «високий», PL_Sg – «суттєвий», PL_M – «середній», PL_L – «низький», PL_VL – «дуже низький» рівень збитків.

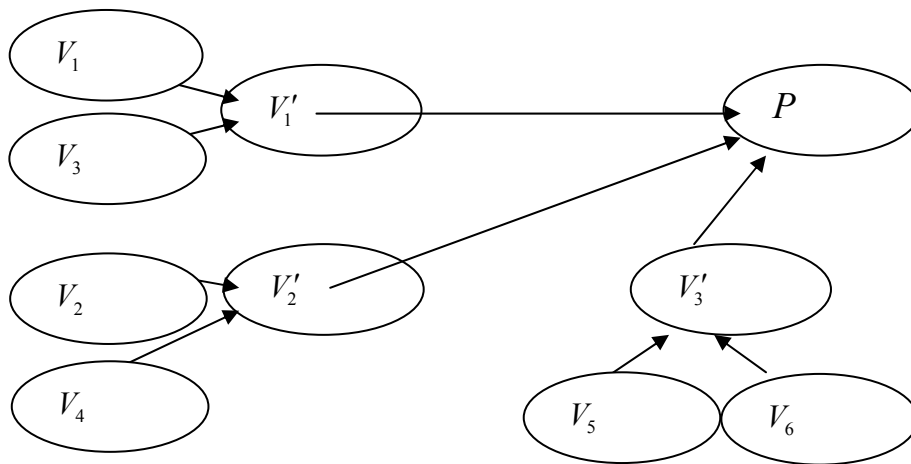


Рис. 1. Ієрархічна система нечіткого висновку для формування бази знань оцінювання величини можливих втрат підприємства (показник P)

На підставі значень групи показників V_j , $j = \overline{1, 6}$ проводиться оцінювання величини можливих збитків інформаційних активів корпоративної системи від інформаційних ризиків:

$$P = \mathcal{G}_p(V'_1, V'_2, V'_3). \quad (3)$$

Сформовано базу нечітких знань та систему нечітких знань для опису моделі оцінювання величини можливих збитків від інформаційних ризиків можна записати у вигляді:

$$\mu^{ld_i}(V'_1, V'_2, V'_3) = \bigvee_{p=1}^{k_i} \left(w_{ip} \left[\bigwedge_{j=1}^3 \mu^{ld_j^p}(V'_j) \right] \right), i = \overline{1, 6}, \quad (4)$$

де $\mu^{ld_i}(V'_1, V'_2, V'_3)$ – функція належності вектора вхідних змінних (V'_1, V'_2, V'_3) значенню вихідної змінної ld_i з множини (2); k_i – кількість комбінацій значень змінних (V'_1, V'_2, V'_3) , для яких вихідна змінна приймає значення ld_i з множини (2); w_{ip} – ваговий коефіцієнт для відповідної

комбінації; $\mu^{la_j^{ip}}(V_j)$ – функція належності вхідної змінної V_j' до нечіткого терму la_j з множини (1).

Даний підхід дозволяє формувати модель оцінювання величини збитків інформаційних активів корпоративної системи від інформаційних ризиків з врахуванням специфіки конкретного підприємства на якому впроваджена чи для якого проектується корпоративна інформаційна система.

Список використаних джерел

1. Zadeh L. A. Fuzzy sets / L. A. Zadeh. – Information and Control, 1965. – № 8. – Р. 338–353.
2. Матвійчук А. В. Моделювання економічних процесів із застосуванням методів нечіткої логіки / А. В. Матвійчук. – К. : КНЕУ, 2007. – 264 с.
3. Jones J. A. An Introduction to FAIR / J. A. Jones – Trustees of Norwich University, 2005 – 67 p.

Мельниченко С.В.,

д.е.н., проректор з наукової роботи КНТЕУ,

Ткачук Т.М.,

аспірант кафедри готельно-

ресторанного та туристичного бізнесу КНТЕУ

ФРАНЧАЙЗИНГ – СУЧАСНИЙ ОРІЄНТИР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні реалії підприємницького життя в Україні є вкрай складними. Це зумовлено, насамперед, важкою та непередбачуваною політичною ситуацією в країні, постійними коливаннями курсу валют, нестабільністю економіки держави та неспроможністю її реформування в необхідних напрямках за даних умов, відсутністю принципово нових рішень і технологій розвитку підприємницької діяльності та належне їх фінансування тощо.

Неабиякий вплив перелік вищезазначених проблем здійснює на розвиток підприємницької діяльності в сфері туризму. Туризм як перспективне джерело процвітання економіки багатьох держав світу відоме давно. Ефективне використання потужного туристично-

рекреаційного потенціалу, який притаманний Україні, надало б можливість нашій державі увійти до числа однієї з найбільш розвинених країн світу у сфері туризму та займати гідні конкурентоспроможні позиції в Європі [1].

Проте, розвиток туризму в Україні стримується рядом інших, крім вже зазначених, проблем, зокрема: зниження рівня зацікавленості корінного населення до власних рекреаційних ресурсів внаслідок невідповідності якості надання послуг та встановлення невиправдано високих цін на них; відсутність комплексного підходу до створення сприятливих умов для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму; ліквідація Державного агентства з туризму та курортів як центрального виконавчого органу у сфері туризму; відсутність належного інформаційного забезпечення туристичного потенціалу країни за кордоном та інше.

Туристичні підприємства в Україні потребують принципово нових якісних змін у своєму розвитку. На сьогоднішній день інноваційним рішенням таких змін для багатьох підприємств різних сфер економіки, в тому числі і туристичної, є франчайзинг.

Використання франчайзингу як інноваційного способу розвитку туристичних підприємств в Україні є актуальним сьогодні. Адже підприємці продовжують використовувати його як ефективний та потужний інструмент ведення бізнесу, який допомагає виходити із надскладних ситуацій і, як показує світова практика, є дієвим у період економічної кризи [2].

Сучасними орієнтирами інноваційного розвитку туристичних підприємств в системі франчайзингу є: створення комплексних програм розвитку туристичного бізнесу (малий та середній бізнес відіграють ключову роль на етапі виходу економіки країни з кризи: створюються нові сфери, змінюються правила ведення бізнесу, компанії об'єднуються); концентрація уваги на покращенні якості туристичних товарів та послуг, збільшення їх цінності; зосередженість на удосконаленні технології виробництва туристичних товарів та послуг, прискоренні всіх бізнес-процесів та отриманні ефективного кінцевого результату (стратегія «на випередження»); виробництво та експорт туристичних товарів та послуг з низьким рівнем імпорتنих складових в собівартості (внаслідок стрімкого падіння курсу національної валюти); зниження цін на придбання франшизи, внаслідок чого пропозиції ведення туристичного бізнесу в системі франчайзингу стають привабливішими; задоволення потреб споживачів, налагодження та постійна підтримка стосунків з ними (як наслідок, конкурентоспроможні ціни та

висока якість надання туристичних послуг); співпраця з українськими виробниками та представниками туристичних послуг (імпорт стає дедалі дорожчим, тому українська економіка отримує додаткові шанси для свого розвитку та росту).

Отже, умови, в яких опинилась підприємницька діяльність України сьогодні, в тому числі і туристична, є складними та потребують негайного реагування. Методи боротьби та виживання на сучасному ринку є застарілими, тому необхідними є якісні інноваційні зміни. Принципово нові можливості для розвитку туристичної сфери, і не тільки, надає використання потужного арсеналу системи франчайзингу, який зарекомендував себе дієвим та ефективним способом формування та розвитку бізнесу навіть в часи кризи світової економіки.

Список використаних джерел

1. Мазаракі А.А. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ.нац.торг.-ек.ун-т, 2013. – 388 с.
2. Асоціація франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.franchising.org.ua>.

Мельниченко С.В.

д.е.н., професор, проректор з наукової роботи,

Зікій Н.Л.

*аспірант кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу КНТЕУ*

БАР'ЄРИ ПРОЦВІТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Глобальні геополітичні та соціально-економічні трансформації поряд із стрімким розвитком інформаційних технологій, перетворили туризм в індустрію, яка нараховує 50 видів економічної діяльності й спрямована на задоволення потреб мільйонів подорожуючих.

Туристична діяльність як одна із найважливіших соціально-економічних складових розвитку економіки України, сприяє покращенню економічного стану, соціальному життєзабезпеченню, оптимальному використанню туристично-рекреаційних ресурсів, розвитку інфраструктури та міжнародному співробітництву.

Сьогодні туристичні підприємства опинилися в складному становищі, зіткнулися з низкою проблем, які підлягають негайному вирішенню. За оцінками спеціалістів завантаженість номерного фонду готельних підприємств за 9 місяців 2014 рік знизилась на 50% порівнюючи аналогічний період 2013 року, тому готелі вже у вересні пропонували раннє бронювання на літо 2015 року. Але, враховуючи останні події сьогоднішнього дня, українці не квапляться купувати тури, оскільки не впевнені у завтрашньому дні [1].

За інформацією Адміністрації Державної прикордонної служби України за 9 місяців 2014 року Україну відвідало близько 10 млн іноземних туристів. У порівнянні з аналогічним періодом 2013 року потік туристів зменшився в половину, що складає майже 10 млн осіб. Проте, за цей період збільшилася кількість іноземних туристів з Угорщини, Індії та Єгипту і майже не змінилася кількість туристів із Словаччини [2]. Зараз турист, перш ніж купити тур, зателефонує в більше ніж 10 туристичних підприємств, щоб отримати знижку в 10–20 доларів, тоді як агентства для приваблення клієнта вимушені знижувати до мінімуму свої комісії.

Середня заробітна плата в січні 2014 року становила 3148 грн, а у вересні – 3481 грн, тобто за 9 місяців 2014 року відбулось її підвищення на 333 грн, а мінімальна заробітна плата не змінювалась з 01.12.2013 року і на даний час становить 1218 грн [3]. Проведене дослідження показало, що не кожен українець може дозволити собі послуги туристичних підприємств. Згідно з даними Державної служби статистики України у 2013 році кількість підприємств-туроператорів зросла на 5,9% тобто на 53 підприємства в порівнянні з 2012 роком. У той час як кількість турагенств зменшилась на 4,7%, тобто на 88 підприємств. Скорочення буде продовжуватись і у 2014–2015 роках, в першу чергу, за рахунок підприємств, які знаходяться в зоні АТО. Складна економічна та політична ситуація в країні, фінансова залежність від інших юридичних та фізичних осіб, неплатоспроможність банківської системи, нестабільність курсу валют, підвищення цін на споживчі товари (як наслідок зменшення попиту на туристичні послуги), надмірна конкуренція привели до зменшення кількості саме малих підприємств, якими переважно і є туристичні агентства. Вищезазначені проблеми впливають на відсутність гарантій безпеки туристів як з боку держави, так і підприємств.

Провівши дослідження діяльності туристичних підприємств, одним із напрямів вирішення зазначених проблем є реструктуризація підприємств, яка дозволить підвищити ефективність обслуговування

туристів, збільшити обсяг надання конкурентоспроможних послуг, покращити фінансовий стан підприємства та зміцнити його позиції на ринку. Реструктуризація в широкому розумінні: передбачає комплексність змін, а не зміни тільки однієї сфери функціонування (маркетинг, фінанси, виробництво); є постійним інструментом управління, а не реалізацією одноразової мети; підлягає модифікації і корегуванню в ході реалізації. Реструктуризація підприємства покликана розв'язати два основних завдання: забезпечити виживання підприємства та відновити його конкурентоспроможність на ринку.

Таким чином, ефективне функціонування підприємств на основі їх реструктуризації, впровадження інновацій, модернізації та техніко-технологічного оновлення забезпечить високі темпи росту підприємницьких структур, сприятливу ситуацію економічного росту в Україні, розв'язання важливих соціально-економічних проблем та задоволення потреб суспільства.

Список використаних джерел

1. Гаценко А. Бизнес затягивает пояса / А. Гаценко // Комуністична правда в Україні. – 13.10.2014. – С.8.
2. Державне агентство України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/ua/news/27509/>
3. Про Державний бюджет України на 2014 рік : Закон України (Відомості Верховної Ради) Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/719-18>

Миколайчук І.П.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту КНТЕУ

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ

Постійні зміни, що відбуваються в соціально-економічних системах на різних рівнях управління вимагають трансформацій практично всіх забезпечуючих підсистем їх функціонування. В свою чергу, це зумовлює необхідність пошуку вітчизняними підприємствами інноваційних засобів для забезпечення їх стабільного та збалансованого розвитку у сукупності економічної, екологічної та соціальної складових, серед яких особлива роль відводиться соціальним інноваціям.

Врахування важливості впливу соціальних інновацій на розвиток економічної складової функціонування соціально-економічних систем та досягнення їх успішного розвитку є предметом дослідження чисельних науковців. Соціальні інновації в різні часи розглядалися в роботах К. Маркса, М. Вебера, П. Друкера, М. Янга, Д. Шумпетера, Ж. Фурньє, Ж. Аталлі та ін.

Метою даної публікації є дослідження впливу соціальних інновацій на економічний розвиток організацій.

Бойко-Бойчук Л., Буй Ю. та Мельниченко Л. соціальну складову відзначають в якості стратегічної перспективи розвитку організацій, що переважно орієнтована на соціальну відповідальність, соціальні інновації, розвиток людських ресурсів та збереження стабільності соціально-економічних систем [1; 2].

Доцільно відзначити, що соціальні інновації в різних наукових публікаціях розглядаються як нові стратегії, концепції, ідеї та організації, що є наслідком соціальної роботи людей, які призводять до прогресивних змін у певних положеннях речей та відповідають будь-яким вимогам суспільства: від умов праці та освіти до розвитку суспільства та охорони здоров'я [2]. Вони містять, наприклад, методи і техніки відкритих ресурсів, а також соціально спрямовані інновації – такі як мікрокредит або дистанційне навчання. Різні наукові підходи до визначення сутності соціальних інновацій та їх різновидів ґрунтуються на взаємодії підсистем з метою досягнення розвитку стійкого суспільства. Соціальний ефект – як результат розвитку соціальних інновацій не завжди супроводжується отриманням економічної вигоди – в силу їх різноманіття та різних джерел утворення. Сьогодні соціальні проблеми неможливо вирішити за допомогою традиційних методів, а також зміни потреб суспільства і його членів, що в свою чергу, спонукає до розроблення нових засобів і норм поведінки у соціальній сфері. Процес розвитку суспільства вимагає створення передумов для формування нових нетрадиційних компонентів у соціальній сфері та інноваційних засобів соціальної діяльності. Так були створені й одержали поширення блоги та веб-сайти, «телефони довіри», різні соціальні асоціації та притулки тощо.

Ідея соціальних інновацій займає сьогодні одне з лідируючих місць в європейській політиці, водночас, в Україні вона лише починає отримувати розповсюдження та асоціюється з такими поняттями як державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне підприємництво. Часто особи, які здійснюють соціальні проекти, не ідентифікують себе з інноваторами або

соціальними підприємцями, водночас як в США, наприклад, кожен навчальний заклад має лабораторія соціальних інновацій [1].

Роль соціальних інновацій зростає також у накопиченні репутаційного капіталу підприємств, що в свою чергу, підвищує рівень їх конкурентних переваг. Використання бізнесом соціальних інновацій як ефективного інструменту економічного зростання має включати урахування інтересів суспільства як сукупності всіх зацікавлених сторін з зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу, що зумовлює досягнення оптимальної ефективності для всіх учасників та дозволяє поєднувати економічні, екологічні та соціальні інтереси [3]. Недооцінка стейкхолдерами ролі інвестицій у розвиток соціальних інновацій на певний час гальмує можливості успішного організаційного розвитку.

Отже, формування комплексних підходів до методів оцінки економічної ефективності соціальних інновацій є сьогодні інструментом економічного зростання вітчизняних організацій

Список використаних джерел

1. Бойко-Бойчук Л. В. Поняття «соціальна інновація»: типи визначень, приклади застосування / Л. В. Бойко-Бойчук // Наука та інновації, 2009. –Т. 5. – № 3. – С. 94–99.
2. Буй Ю.В. Соціальні інновації: сутність та класифікація [Електронний ресурс] / Ю.В. Буй, Л.Д. Мельниченко. – Режим доступу : <http://Conference.SPKNEU.ORG>
3. Мякотіна Н.А Соціальні інновації у забезпеченні економічного зростання [Електронний ресурс] / Н.А.Мякотіна. – Режим доступу : <http://knigilib.net/book/12-yekonomika-kryma-1-422013-nauchno8208prakticheskij-zhurnal>

Молодоженя М.С.,

*к.е.н., доцент кафедри
економіки та фінансів підприємства КНТЕУ*

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ МОНІТОРИНГУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ТОРГІВЛІ ДЛЯ ПОТРЕБ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Моніторинг як засіб самооцінки підприємства у загальному сенсі означає оцінку досягнення цілей, виконання планів, отримання результатів, що відповідають розробленим стандартам, нормам або конкретним значенням результатів, визначених наперед. Таким чином,

моніторинг, з одного боку, логічно постає завершальним етапом процесу економічного управління інноваційною діяльністю підприємства, а з іншого – отримані дані самообстеження виступають відправним пунктом для початку нового циклу удосконалення діяльності.

Виділяючи основні особливості моніторингу результативності інноваційної діяльності у торгівлі, слід зазначити, що[1]:

моніторинг є головним джерелом інформації для прийняття поточних управлінських рішень, спрямованих на корегування інноваційної діяльності підприємства;

звітна інформація, отримана шляхом моніторингу є необхідною як для потреб економічного управління підприємством, так і для зовнішніх користувачів у особі партнерів та держави;

моніторинг результативності забезпечує виявлення та усунення недоліків;

кінцевим результатом організації моніторингу результативності є розробка комплексу рішень та дій, що корегують та удосконалюють інноваційну діяльність відповідно до цілей підприємства, знижуючи ступінь ризику.

При організації економічного управління, орієнтованого на досягнення цілей, береться до уваги саме результат, а не факт здійснення інноваційної діяльності. Економічне управління застосовується з метою поліпшення якості управління та досягнення найкращого результату від використання ресурсів.

Враховуючи зазначені сутнісні характеристики, ми пропонуємо розглядати моніторинг результативності інноваційної діяльності як складову процесу економічного управління інноваційною діяльністю, що має на меті регулярне та систематичне збирання інформації для оцінки і контролю інноваційної діяльності, постійного її регулювання та вдосконалення через прийняття відповідних управлінських рішень.

Моніторинг як регулярне вимірювання є необхідною частиною економічного управління інноваційною діяльністю, що дозволяє систематично вимірювати результати здійснення інноваційної діяльності, досліджувати проблеми, що виникають, визначати тенденції подальшого розвитку, коректувати управлінські дії.

Правильна постановка задач, рішення яких забезпечує досягнення мети, сприяє реалізації цільового аспекту моніторингу результативності.

Організація моніторингу результативності інноваційної являє собою певну послідовність етапів: інформаційний; операційний, змістом якого є всебічне оцінювання інформації, що надходить з розроблених форм; організаційний, на якому оброблена інформація

надходить у царину інноваційного менеджменту; конструктивний, змістом якого є констатація факту відповідності реального стану очікуваному, або у випадку виявлення відхилень від очікуваних результатів, розробки комплексу дій, спрямованих на виправлення чи поліпшення стану.

Якісний моніторинг результативності інноваційної діяльності потребує достатньої за обсягом та змістом економічної інформації, що необхідна для прийняття відповідних управлінських рішень. Формування інформаційної бази для подальшого аналізу та оцінки результативності інноваційної діяльності необхідно здійснювати відповідно до наявної системи бухгалтерського обліку [2] та можливостей підприємства до організації управлінського обліку.

Як висновок відзначимо, моніторинг, як елемент управління результативністю інноваційної діяльності повинен забезпечити оперативне, своєчасне одержання інформації, необхідної для здійснення оцінки результативності та виконання наступних аналітичних процедур, що здійснюються у відповідності до цілей системи.

Список використаних джерел

1. Молодоженя М.С. Проблеми інформаційного забезпечення моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі/ М.С. Молодоженя // Управління розвитком : зб. наук. пр. 2011 – № 4 (101). – Х. : ХНЕУ, 2011. – 264 с.
2. Жукович І.А. Інформаційне забезпечення моніторингу наукової та інноваційної діяльності / І.А. Жукович , Ю.О. Рижкова // Проблеми науки. – 2008. – №7. – С. 2– 6.

Нападовська Л.А.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки
та фінансів підприємства КНТЕУ*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг, забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції [1].

Важливо розуміти, що сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес і функції управління.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на: 1) нейтралізацію негативних чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства формуванням захисту проти них; 2) використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства; 3) забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є коло осіб, які реалізують його (управління) мету: 1) власник підприємства; 2) вищий управлінський персонал підприємства; 3) лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства; 4) менеджери-економісти консалтингових фірм; 5) державні та відомчі управлінські структури та органи. Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної теорії, базові принципи та інструменти, застосовувані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема процесного, системного, ситуаційного, стратегічного. Складовими процесу управління конкурентоспроможністю підприємства є: моніторинг конкурентного середовища та оцінювання конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами в конкурентній боротьбі; розроблення концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства. При цьому важливо відмітити, що прогнозування

динаміки зовнішніх факторів і забезпечення адаптованості системи до зовнішнього середовища – ключ до успіху.

Зазначимо, що глобальною умовою забезпечення високої конкурентоздатності підприємства є реалізація таких факторів: забезпечення якості та ресурсозбереження. Основними завданнями ресурсного забезпечення є: 1) забезпечення високого наукового рівня робіт і процесів по ресурсозбереженню; 2) аналіз ефективності використання ресурсів; 3) ретельне обґрунтування напрямків витрати ресурсів; 4) стимулювання підвищення ефективності використання ресурсів; 5) організація навчання персоналу прогресивним технологіям, методам, моделям і інструментам ефективного використання ресурсів. Так, наприклад, за зарубіжними даними [2] витрати на розробку реактивного двигуна GE90 для літака Боїнг 777 склали 2 млрд \$, а розробка нової моделі автомобіля компанії Форд коштує від 3 до 6 млрд \$. Це означає, що економія від зниження прямих витрат на проектування тільки по двох зазначених об'єктах може скласти від 500 млн \$ до 2.2 млрд \$.

Отже, впровадження сучасних технологій приведе до істотної економії й одержання додаткового прибутку. Аналіз механізму дії законів організації структур і процесів є неодмінною умовою підвищення якості управління як головного фактора підвищення конкурентоздатності підприємства. При цьому, конкурентні переваги виявляються в потенціалі підприємства, зберігаються і примножуються шляхом підвищення якості управління, реалізуються в нововведеннях і інноваціях.

Список використаних джерел

1. Омеляненко Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, А.В Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2006. – 272 с.
2. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації : [підруч.] / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.

Новікова Н.М.,
*к.е.н., ст. викладач кафедри економіки
та фінансів підприємства КНТЕУ*

ШЛЯХИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Здатність генерувати й впроваджувати інновації стає однією з найголовніших умов забезпечення конкурентоспроможності як національної економіки, так і окремих товаровиробників на конкретних ринках. Наука перетворилася на специфічну сферу товарного об'єкту виробництва, що виготовляє товар інтелектуальної власності. На сьогоднішній день експорт інтелектуальної власності в деяких розвинених країнах перевищує 25% усього експорту [1,с.164]

Особливість інноваційної діяльності як одного з різновидів підприємницької полягає в тому, що вона є діяльністю підвищеного ризику, порівняно зі звичайним підприємництвом. Такий ризик обумовлений новизною, творчим характером науково-технічної роботи, можливістю отримати як позитивний так і негативний результат. Саме завдяки цьому інноваційна діяльність у економічно розвинених країнах називається венчурним (ризиковим) бізнесом.

Однією з найважливіших передумов ефективного розвитку інноваційної діяльності є її достатнє і своєчасне фінансово-кредитне забезпечення, починаючи від фундаментальних досліджень і закінчуючи комерціалізацією конкретних інновацій. Основним джерелом інвестицій у інноваційну діяльність став венчурний капітал. Головними його складовими є не державні, а вільні фінансові кошти великих підприємств, пенсійних фондів, страхових компаній та інших комерційних структур, для яких держава законодавчо встановила податкові, фінансові та економічні пільги, що стимулюють виділення коштів венчурним підприємствам.

В умовах економічної кризи та відсутності коштів у держбюджеті та інших джерел фінансування інноваційної та науково-технічної діяльності держава надає перевагу технопаркам. Про це свідчить розробка Закону України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків»[2], який визначає, що технологічні парки, їх учасники, дочірні і спільні підприємства, при виконанні інноваційних проектів не відраховують до бюджету суми податку на додану вартість та на прибуток підприємства. В той же час, ці кошти зараховують на спеціальні рахунки і використовують

виключно на наукову діяльність, розвиток власних науково-технологічних та дослідних баз.

Одним із можливих джерел фінансування також є мікрокредитування. Мікрокредитування вважається у світі загальновизнаним методом боротьби з соціальною бідністю, забезпечення зайнятості населення, створення робочих місць. До таких заходів долучилася і Україна [3].

Але, сучасний стан банківської системи характеризується низьким рівнем капіталізації, механізмом та інструментами управління ризиками, планування та розвитку стратегії, а також висока вартість банківських операцій. І ще одна ознака, яка створює бар'єр – обмеженість спектру та обсягів банківських кредитних послуг.

Таким чином, основними інноваціями в розвитку мікрокредитування повинні стати такі завдання: стимулювання банків та небанківських установ (кредитних спілок, товариств взаємного кредитування тощо) до розширення мікрокредитування і вдосконалення законодавчого забезпечення їх діяльності, спрощення порядку надання мікрокредитів, зменшення відсоткових ставок, збільшення термінів використання, вдосконалення механізму державної підтримки малого підприємництва в отриманні кредитів та розробка програми мікрокредитування, створення умов для розвитку небанківських установ, вивчення і запозичення досвіду у сфері розвитку мікрокредитування.

Реформування системи банківського кредитування інноваційної діяльності повинно стати одним з ключових напрямів розвитку системи державної підтримки малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел

1. Слободяник Л. Інноваційні процеси та їх вплив на ціноутворення підприємства. Управління інноваційним процесом в Україні : проблеми, перспективи, ризики. – Львів, 2006.
2. Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків : Закон України від 16.07.1999 №991-XIV.
3. Про заходи щодо підготовки та проведення в Україні у 2005 році Міжнародного року мікрокредитування : Постанова КМУ від 23.12.2004 № 1727.

ПРОБЛЕМИ ПОБУДОВИ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

В основу побудови інноваційних систем (ІС) пропонується покласти функціональну модель інноваційного процесу, подану на рис. 1.

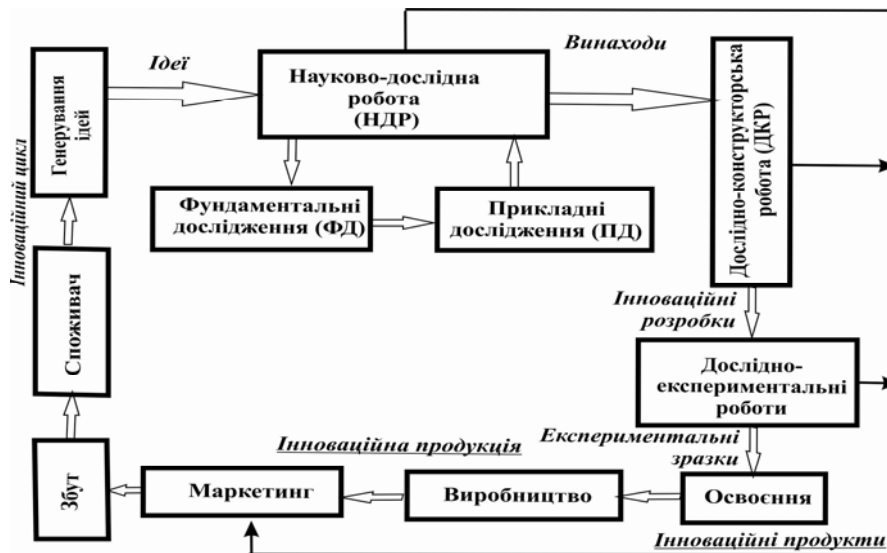


Рис. 1. Функціональна модель інноваційного процесу

Інноваційний процес може охоплювати учасників різних рівнів організації національної економічної системи і має свою інфраструктуру. Його здійснюють на державному і міжнародному рівнях (макрорівень), у регіональних і галузевих сферах, місцевих (муніципальних) формуваннях (мезорівень), на конкретних підприємствах (мікрорівень). Всі учасники мають свої стратегічні цілі і формують організаційні структури для їх досягнення. Інноваційна активність великих, середніх і малих організацій різниться, що зумовлено різною стратегією їх діяльності. Звідси й множинність організаційних форм інноваційної діяльності: від бізнес-інкубаторів, які допомагають реалізувати підприємницькі проекти на початковій стадії існування фірми, до стратегічних альянсів, покликаних реалізувати складні інноваційні проекти, в тому числі міжнародного рівня. Розвиток підприємств, територій, галузей та суспільства загалом вимагають формування горизонтальної і вертикальної організації інноваційних циклів з виходом їх на міжнародні структури.

В основу побудови інноваційних систем мікрорівня пропонується покласти організаційну модель інноваційної структури, поданої на рис.

2. У якості входів $\{X\}$ тут можуть виступати трудові та природні ресурси, інформація, енергія, матеріали, технологічне обладнання та капітал; процесом $\{P\}$ можна вважати науково-дослідну, проектно-конструкторську та дослідно-експериментальну роботи, технологічні процеси виробництва інноваційної продукції; виходами $\{Y\}$ – інноваційні продукти та продукцію, прибутки, ефективність діяльності та ріст ІС, задоволення потреб співпрацівників тощо. Тобто ІС можна вважати відкритими та керованими системами. Процеси ІС – це множина впорядкованих операцій O_i , забезпечуючих перехід від початкового стану входу X_0 до кінцевого стану виходу Y^* – мети системи. Відношення між станами входу і виходу можна представляти математичними моделями і використовувати їх для оцінки, аналізу та прогнозування станів ІС.

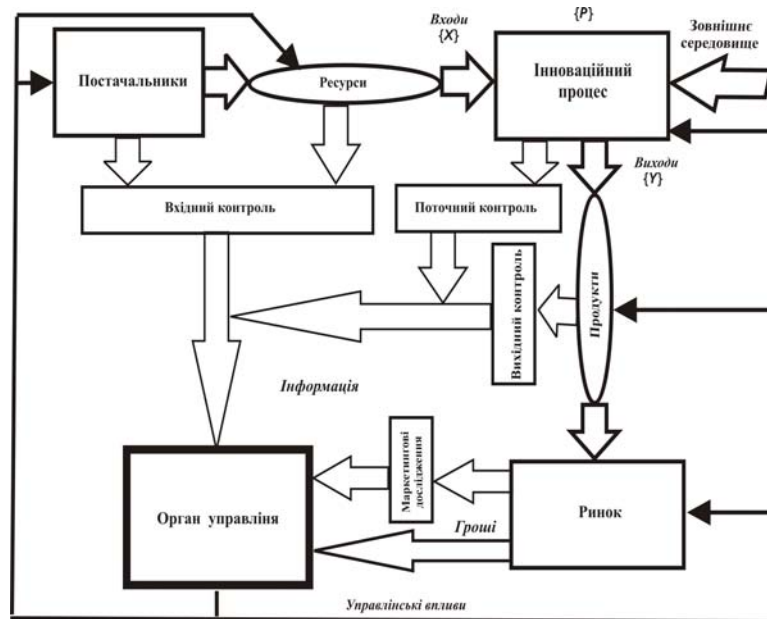


Рис. 2. Модель інноваційної структури

Як об'єкти управління у ІС виступають інноваційні процеси, а суб'єктів управління – органи управління. Органи управління слідкують за станами інноваційних процесів на основі вхідного, поточного та вихідного контролів, з метою прийняття оптимальних управлінських рішень. В орган управління поступає також інформація від служб, які слідкують за інформаційними станами зовнішнього середовища та ринку, останнє вимагає включення в структуру ІС служби маркетингу, яка б здійснювала належні маркетингові дослідження.

Оскільки ефективний розвиток ІС без мети неможливий, то їх доцільно віднести до систем з необмежено цільовим розвитком. Для них не має існувати кінцевого стаціонарного інтервалу, оскільки як об'єкту

управління (інноваційному процесу), так і органам управління, що входять у склад ІС, властивий необмежений характер розвитку. Розвиток ІС мікрорівня залежить від їх інтеграції в горизонтальні та вертикальні інноваційні цикли, взаємодії між рівнями. Тому інноваційні системи макро- та мезорівня пропонується моделювати мережними моделями, а модель національної інноваційної системи може бути подана у вигляді ієрархічної моделі, як одної з різновидностей мережних моделей, характерною рисою якої є галузева та територіальна розподіленість інноваційних процесів.

Педан А.Д.,

*с.н.с. науково-дослідного відділу радіотехнічних систем
НУ «Львівська політехніка» Винахідник СРСР,*

Чухрай Н.І.,

*д.е.н., професор, проректор з наукової
роботи НУ «Львівська політехніка»*

ІНСТИТУТ ВІНАХІДНИЦТВА – ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДОСЛІДНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

«Врахуємо досвід країн, які з'явилися на політичній карті лише кілька десятків років тому, але стали лідерами, поставивши на розвиток інтелекту та новітніх технологій. Бо найцінніше – не гроші, не заводи та підприємства, а «людський капітал», який має Україна», – наголосив у свої інавгураційній промові президент України Петро Порошенко.

Для розвитку інтелекту «людського капіталу» пропонується реалізувати Проект зі створення в дослідницьких університетах України Інститутів винахідництва.

Джерелом фінансування у дослідницькому університеті може стати накопичення інтелектуальної власності внаслідок кардинального покращення процесу її створення та механізмів комерціалізації шляхом активізації винахідницької діяльності та маркетингу промислової власності.

Механізми трансформації ідей в інтелектуальну власність сьогодні відпрацьовані та діють. Тепер перед університетами постає завдання підвищувати ефективність продукування кількості нових ідей, які можуть бути трансформовані в об'єкти інтелектуальної власності з подальшою їх комерціалізацією, аби повністю забезпечити фінан-

сування наукової та інноваційної діяльності. Безперервний потік цих ідей і є джерелом фінансування наукової та інноваційної діяльності дослідницького університету.

Економічним підґрунтям Проекту є новітня економічна теорія фізичної економії, яка охоплює: фізичну економіку, очолювану американським економістом Ліндоном Ларушем, і сформовану Сергієм Подолинським та Миколою Руденком українську школу фізичної економії.

Одна із ключових тез фізичної економії – стимулювання швидкого науково-технологічного прогресу за умови стабільного наростання виробництва фізичних товарів.

Для того, щоб науково-технологічний прогрес постійно розвивався, необхідне постійне накопичення інтелектуальної власності, яке здійснюється завдяки людському фактору.

Конкурентною перевагою університетів у порівнянні з академічними інститутами та іншими організаціями зі стабільними колективами є те, що вони щорічно «промиваються» потоками абітурієнтів, серед яких трапляються «перлини» – технічно обдаровані особистості.

Із абітурієнтів, які успішно пройшли тестування та стали студентами інститутів університету, формуватимуться академічні групи, яким додатково у позалекційний час читатимуть адаптовані до винахідницької діяльності курси з футурології, психології евристичного мислення, емоційного інтелекту, патентного права, права інтелектуальної власності, теорії розв’язання винахідницьких задач, інноваційного менеджменту, маркетингу інновацій, бізнес-планування, управління проектами та інших дисциплін творчого напрямку. Щодо мотивації відвідування додаткових лекцій, то обдарованим особистостям прагнення самореалізації в розвитку власної обдарованості притаманне апріорі й супроводжується позитивними емоціями, що робить непотрібними будь-які заходи примусу.

Правове забезпечення реалізації Проекту надає Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» (у редакції Закону № 5407-VI від 2 жовтня 2012 р.).

Організаційною структурою, яка забезпечить створення джерела фінансування наукової та інноваційної діяльності дослідницького університету, має стати міждисциплінарний Інститут винахідництва. У Проекті його створення на базі НУ «Львівська політехніка» беруть участь Інститут економіки і менеджменту, Інститут гуманітарних та соціальних наук, Інститут права та психології. На партнерських засадах учасником Проекту є також Інститут обдарованої дитини Національної

академії педагогічних наук України, відомий своїми розробками методик виявлення обдарованої молоді та навчання винахідництва.

Наявність у складі Національного університету «Львівська політехніка» міждисциплінарного Інституту винахідництва дозволить збільшити кількість абітурієнтів і згуртувати студентів із креативним мисленням. Це стане початком змін у ставленні суспільства до винахідників та сприятиме піднесенню винахідницької діяльності до рівня мистецтва.

Покорницька К.В.,

*аспірант Науково-дослідного економічного
інституту Мінекономрозвитку України*

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Інноваційна активність національної економіки визначається результатами діяльності підприємств, які розробляють і впроваджують нововведення у виробництво товарів, сферу послуг та інші галузі господарювання. Інноваційна діяльність має дуже важливе значення. При постійному розвитку науки, техніки, технологій можливий випуск конкурентоспроможної продукції та послуг.

На даний час стан інноваційної діяльності в Україні можна вважати таким, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є основним напрямком економічної стратегії. Однією з найважливіших проблем інноваційного розвитку підприємств України є недостатній рівень фінансування науково-технічної і інноваційної діяльності зі сторони держави.

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово розвинених країнах. Важливим показником, що характеризує інноваційну активність підприємства, є частка коштів від оборота, направлена на фінансування науково-дослідних робіт. Світові компанії витрачають на це 7–12% свого доходу, а в Україні менш ніж 3% [1]. Це говорить про те, що технічний рівень української продукції здебільшого не відповідає вимогам сучасного ринку.

В той же час, Україна має значний потенціал для розвитку інноваційної діяльності за умов проведення ефективної державної політики. Проте маловивченим є механізм комплексного розвитку інноваційної діяльності в умовах трансформаційної економіки України.

Можна виділити основні проблеми інноваційного розвитку на сучасному етапі:

- відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних та перспективних напрямках розвитку;
- відсутність залежності між збільшенням обсягу продажу приватними компаніями і зростанням фінансування здійснюваних ними досліджень і розробок;
- наявність обмежень з боку антимонопольного, податкового, патентно-ліцензійного законодавства;
- відсталість матеріальної і науково-технічної бази [2].

На нашу думку, в умовах теперішнього господарювання доцільним є впровадження низки заходів, що дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної діяльності підприємств. В першу чергу має бути належне забезпечення державної підтримки інноваційного підприємництва, а також:

удосконалення управління інноваційною системою з відповідними наслідками для фінансування інноваційної діяльності; забезпечення сприятливого клімату для створення власних наукомістких виробництв повного циклу шляхом використання різних форм державної підтримки; розвиток інноваційної інфраструктури шляхом покращення системи інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, сертифікації і впровадження розробок, підготовки і перепідготовки кадрів; розширення міждержавного співробітництва в галузі наукових розробок та інноваційної діяльності [3]. Реалізація напрямків розвитку інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефективно використовувати внутрішні та залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

Таким чином, для того щоб наша країна зробила прорив в області інновацій, потрібна належна підтримка державних органів влади, створення сприятливого інвестиційного клімату, нові наукові здобутки та високотехнологічні рішення.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Пенькова О.Г. Проблеми реалізації інноваційної стратегії розвитку України / О.Г. Пенькова // Формування ринкових відносин в Україні. – № 9. – 2013. – С. 99
3. Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні» Інноваційна політика: європейський досвід і рекомендації для України (том 3). – Київ. – 2011.

Присяжнюк А.Ю.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту КНТЕУ,

Копитюк М.М.,

студент КНТЕУ

ПРЕВЕНТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ

На сучасному етапі розвитку економіки інноваційна діяльність стала методом конкурентної боротьби. Рейтинг компаній з найвищими темпами капіталізації станом на липень 2014 очолюють організації, що активно проводять науково-дослідну діяльність і комерціалізують її результати (Apple Inc, Google Inc, Wells Fargo & Co, Microsoft Corp). Конкуренція в галузі впровадження науково-технічних розробок загострюється з кожним днем. Актуальності набуває процес безперервного потоку інновацій на підприємстві. Так у сучасному суспільстві склалося, що той, хто займається створенням нових продуктів, впровадженням нових методів господарювання, розвитком нових ринків отримує визнання та повагу, як з боку споживачів, так і конкурентів.

Незважаючи на те, що інноваційна діяльність критично необхідна для успіху організації, комерціалізація нововведень приховує масу «підводних каменів», ризиків і неочікуваних подій. Тому, актуальним постає питання розробки методології превентивного управління інноваційних проектів.

На нашу думку, превентивне управління інноваційними проектами – це система заходів, спрямована на виявлення причин та нейтралізацію факторів, які перешкоджають успішному досягненню завдань і цілей інноваційного проекту.

Досягнення мети превентивного управління здійснюється у декілька етапів:

1. Створення системи ефективного контролінгу, яка буде виконувати такі функції:

- аналіз достовірності інформації;
- активне інформування про економічні та ринкові тенденції;
- фіксація запланованих та фактичних термінів виконання проекту та використаних потужностей;
- формування аналітичних звітів, що містять не лише безпосередню оцінку відхилень та аналіз їх причин, а й заходи, що пропонуються для усунення відхилень;
- контроль термінів реалізації, результатів та бюджету інноваційних проектів та результатів;
- оперативне і стратегічне коригування плану проекту.[1]

2. Невизначеність – одна з основних характеристик інноваційного проекту [2]. Збір і обробка інформації не завжди дозволяє повністю зняти невизначеність відносно майбутнього розвитку факторів середовища, у цьому випадку використовується сценарне планування, у якому розробляється декілька варіантів розвитку подій у майбутньому та впливу дестабілізуючих факторів інноваційного проекту. Процедура містить у собі кілька етапів. На першому етапі встановлюються мета, часові рамки дослідження, а також, діагностується фінансовий стан підприємства. На наступному етапі виявляються істотні, важко керовані фактори зовнішнього й внутрішнього середовища, які можуть вплинути в майбутньому на підприємство. Визначаються основні варіанти розвитку факторів у майбутньому, та проводиться ранжування всіх факторів за ступенем ймовірності їхнього прояву, впливу й невідкладності, щоб установити фактори, які будуть враховуватися при розробці сценаріїв. Після цього, проводиться дослідження взаємного впливу варіантів розвитку факторів один на одного при їхньому одночасному сполученні. На третьому етапі здійснюється розробка сценаріїв. Для цього необхідно визначити ті поєднання варіантів зміни факторів, які можуть реально існувати. На четвертому етапі визначаються ймовірності всіх сценаріїв і вибирається невелике число найбільш імовірних. На п'ятому етапі розробляються стратегічні й тактичні заходи, які повинні реалізовуватися в рамках кожного сценарію [3].

3. Своєчасна реалізація тактики і стратегії, розробленої раніше. А також, прийняття управлінських рішень, з метою нейтралізації негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на інноваційний проект. Ухвалюються ті рішення, наслідки яких мають найменший деструктивний вплив.

Список використаних джерел

1. Михайличенко Н.М. Проблеми визначення кола функцій контролінгу інновацій. – Режим доступу : http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_1_164_168.pdf
2. <http://bukvar.su/menedzhment/112637-Riski-innovacionnyh-proektov-i-metody-ih-snizheniya.html>
3. Коваленко О.В. Сутність, особливості та деякі проблеми превентивного антикризового управління підприємством / О. В. Коваленко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : зб. наук. пр. Тематичний випуск : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2009. – № 5. – С. 99–106.

Процак К.В.,

к. е. н. доцент,

Галаз Л.В.,

к. е. н., доцент Національного університету

«Львівська політехніка»

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Вітчизняні підприємства на сьогоднішній день опинились у дуже скрутному становищі: фінансова криза, різкі підвищення курсу валют, зростання вартості енергоресурсів, воєнні дії та пов'язана з цим мобілізація працівників, напруженість в суспільстві, низька платоспроможність споживачів – все це призводить до погіршення фінансового стану вітчизняних підприємств малого та середнього бізнесу, навіть до згортання їхньої діяльності. Виходом з цієї ситуації може бути переорієнтація на Європейські ринки, адже за умови високого курсу валют західні ринки стають більш привабливими, ніж вітчизняні. Та й політична ситуація цьому сприяє. Для цього потрібно випускати конкурентоспроможну продукцію, а щоб вона такою стала, потрібно впроваджувати інноваційні проекти, що потребує значних фінансових вкладень.

Фінансовий капітал підприємства для здійснення інноваційної діяльності може формуватись з власних, позичкових та залучених

джерел. Фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств за рахунок власних коштів має значні переваги: просто, швидко, з високою нормою прибутку інвестованого капіталу без потреби сплати позикового відсотка в будь-яких його формах. Але в той же час має значний недолік: власні фінансові кошти в основному формуються з прибутку, а враховуючи складну економічну ситуацію, податкове навантаження, залежність більшості вітчизняних підприємств від імпоротної сировини – прибуток якщо і залишається у розпорядженні вітчизняних підприємств, то він зовсім мізерний.

Фінансування інноваційної діяльності за рахунок позичкових коштів є дуже поширеним як у розвинутих країнах світу, так і в нашій державі. Сюди відносять венчурні фонди, кредити комерційних банків, надання безпроцентних кредитів за рахунок коштів державного та місцевого бюджетів, надання державних гарантій та майнового страхування реалізації інвестиційних проектів. Проте на сьогоднішній день такий вид фінансування мало використовується через складну фінансову ситуацію в державі та в банківській системі.

Щодо залучених джерел фінансування, до яких, в основному, належать кошти вітчизняних та іноземних інвесторів, то ситуація теж доволі складна. Іноземні інвестори через воєнні дії в Україні, затягування реформ не поспішають вкладати кошти в нашу економіку. У вітчизняних інвесторів, основним з яких виступала держава, справи йдуть не найкращим чином.

Для виходу з такої ситуації без держави та органів місцевого самоврядування не обійтись. Необхідно розробити та запровадити комплексну систему фінансової підтримки інноваційної діяльності малого та середнього бізнесу. Малий і середній бізнес – це соціально-економічний фундамент, без якого не може розвиватись будь-яка європейська держава. Велика роль малих і середніх підприємств полягає у впровадженні інновацій, створенні нових робочих місць. Тому дрібним, малим та середнім підприємцям необхідно надавати всебічну інституційну, технологічну і фінансову підтримку. Для цього потрібно фінансову допомогу, яку надають Україні, також спрямовувати на розвиток вітчизняного виробництва, збільшувати державне замовлення вітчизняної продукції, удосконалювати законодавче та податкове забезпечення. Здавалося, для цього багато чого зроблено. Проте на практиці виявилось, що прийнятий Податковий кодекс в частині розвитку малого та середнього бізнесу взагалі відірваний від реалій життя звичайних людей. Тому державні органи і органи місцевого самоврядування повинні більш тісніше «співпрацювати» зі звичайними

підприємцями, бути гнучкими і швидше реагувати на проблеми, які виникають.

Також як один з варіантів можна запропонувати залучення так званих «бізнес-ангелів». «Бізнес-ангели» («Angel Investors») –це приватні інвестори, які вкладають кошти в інноваційні проекти («start-up») в основному на етапі створення підприємства в обмін на повернення внесків і частку в капіталі. Адже значна частина фінансових коштів зараз знаходиться в руках населення, яке, з одного боку, не довіряє банківській системі, а з іншого переживає, щоб їхні кошти не зовсім знецінились. «Бізнес-ангели», зазвичай, вкладають свої власні засоби, на відмінну від венчурних компаній, які управляють коштами третіх осіб, об'єднаними у венчурні фонди.

Необхідно розробити механізм залучення коштів населення у фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, при якому було чітко розкрито переваги вкладення коштів як для окремих фізичних інвесторів, так і для підприємства і економіки регіону в цілому.

Пугачевська К.С.,
аспірант кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ

В умовах поглиблення процесів глобалізації світогосподарських зв'язків одним із ключових напрямків підвищення конкурентоспроможності України є забезпечення переходу від використання статичних порівняльних переваг, природно заданих країні, до переваг динамічних, обумовлених значним проривом у технологіях та інформаційній сфері. Технологічне відставання України від розвинених і країн що розвиваються супроводжується послабленням її конкурентних позицій у глобальній економіці, про що свідчать індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс легкості ведення бізнесу та ін [1, с.12].

Можливості інерційного зростання економіки України за рахунок традиційних чинників зростання поступово вичерпуються, що підтверджується зниженням зовнішнього попиту на традиційні експортні товари, зростанням імпорتنих товаропотоків та надвисоким рівнем насичення внутрішнього ринку імпортованими товарами. Серйозним фактором, який ще більше загострив ситуацію в українській економіці стала неоголошена війна з Російською Федерацією, як

наслідок у 2014 р. ВВП України зменшився на 7,5%, рівень безробіття досяг 8,4%, інфляції – 121,2%, падіння експорту становило 14,8%, імпорту – 29,3% [3], а девальвація гривні на кінець 2014 року за підрахунками НБУ досягала стовідсоткової позначки [4]. За таких умов засобом насичення внутрішнього ринку товарами може стати селективне імпортозаміщення на основі імплементації інструментів та механізмів регулювання, які б дозволили стримати процеси зростання імпорту та удосконалити його структуру, водночас орієнтуючись на стратегічні пріоритети та завдання соціально-економічного розвитку України.

Стратегія імпортозаміщення є однією з форм торговельного протекціонізму, метою якої є сприяння розвитку місцевого виробництва у рамках обраних певним чином галузей, що задовольняють внутрішній попит на імпортовані товари. Однак, як показує досвід країн, які обирали шлях імпортозамінного виробництва, необхідною умовою ефективного впровадження стратегії імпортозаміщення є використання інновацій у виробництві імпортних аналогів з метою зростання їх конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

Процес імпортозаміщення можна розподілити на дві історичні фази. Перша фаза імпортозаміщення включає у себе виробництво технічно нескладних споживчих товарів короткострокового використання. Інша – на перший план виводить виробництво споживчих товарів довготривалого користування, а також необхідних засобів виробництва. Зокрема, на цьому етапі і актуалізується необхідність у впровадженні інноваційних технологій у виробництво, без яких позитивний характер імпортозаміщення може мати короткостроковий характер і не вирішить ключового завдання щодо зменшення імпортозалежності економіки. Відтак, при прийнятті рішень щодо підтримки інвестиційних проектів держава повинна акцентувати увагу на тих проектах, які націлені на імпортозаміщення з використанням прогресивних технологій. Ці проекти потребують «зеленого світла», незважаючи на те, що ефекти від них нині можуть здатись менш значимими порівняно з проектами, що ґрунтуються на порівняльних перевагах.

Таким чином, економічний ефект від імпортозаміщення можливий за рахунок розгортання інноваційних виробництв, значних капіталовкладень в науку і освіту ще на докомерційній стадії, а також створення коопераційних мереж, що об'єднують бізнес, науку і державу.

Список використаних джерел

1. Мазаракі А.А. Імпорт та перспективи імпортозаміщення в Україні / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. у-ту. – 2012. – № 6. – С. 5–16.
2. Структурні зміни та економічний розвиток України / [Геєць В.М., Шинкарук Л.В., Артьомова Т.І. та ін.] ; за ред Л.В. Шинкарука. – НАН України: Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2011. – 696 с.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=72631.

П'ятницька Г.Т.,

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

П'ятницька Н.О.,

к.е.н., професор, зав. кафедри готельно-ресторанної справи КУТЕП

СКЛАДОВІ ПРОЦЕСУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ

Зорієнтованість на інноваційний розвиток національної економіки вимагає акцентування уваги на забезпеченні ефективного інноваційного розвитку і окремо взятих організацій. А це, у перше чергу, пов'язано з якостями інновацій, що впроваджуються у процесі розвитку організацій та обумовлює актуальність досліджень, присвячених проблематиці інноваційного розвитку організацій та складових цього типу розвитку, від яких залежить його ефективність.

Проблематика інноваційного розвитку вже тривалий час є предметом досліджень як іноземних, так і вітчизняних науковців, зокрема: Й. Шумпетера, Б. Санто, Д. Белла, М. Долішнього, В. Гейця, Л. Федулової, Ю. Бажала та інших. Деякі аспекти інноваційного розвитку організацій та пов'язаний з цим інноваційний процес останнім часом досліджувалися і були висвітлені у працях: К. Галанакіса, С. Бекмен та М. Беррі, Д. Воронкова та Ю. Погорелова, Ю. Шипуліної та С. Ілляшенко та ін. Проте питанню щодо визначення всіх невід'ємних складових процесу інноваційного розвитку організації приділялося недостатньо уваги.

На сьогодні, як показали результати наших досліджень, сформувалося декілька точок зору щодо складових інноваційного

розвитку організації. Так, наприклад, М. Рогоза і К. Вергал, спираючись на два мікроекономічні підходи до визначення поняття «інноваційний розвиток» (відповідно до яких цей тип розвитку являє собою, з одного боку, механізм реалізації внутрішнього потенціалу організації, а з іншого – сукупність дій щодо впровадження нововведень) вважають складовими цього розвитку інноваційний потенціал організації та інноваційний процес, що в ній відбувається. Водночас Ю. Шипуліна та С. Ілляшенко наполягають на важливості забезпечення певного рівня не просто інноваційного потенціалу, а потенціалу інноваційного розвитку, що складається з трьох потенціалів-підсистем: інноваційного, виробничо-збутового, ринкового.

Д. Крамської, розглядаючи інноваційний розвиток організації як сукупність певних показників, що можуть бути об'єднані у окремі групи, виділив п'ять основних складових інноваційного розвитку промислових підприємств: загальну, виробничо-технологічну, трудову, маркетингову та товарну. Своєю чергою Л. Малюта з метою оцінювання рівня інноваційного розвитку промислових підприємств пропонує виділяти не п'ять, а три складових інноваційного розвитку організації: 1) ресурсну складову інноваційної діяльності, що характеризується наявністю умов, які забезпечують інноваційний розвиток організації, і які Л. Малюта, на нашу думку, помилково чомусь ототожнює виключно з рівнем інноваційних ресурсів; 2) технологічну, яка показує рівень технологічного оновлення виробництва; 3) ринкову, що відображає вплив організації на економіку.

А. Касс, визначаючи інноваційний розвиток як економічний процес, що приводить до створення кращих за своїми властивостями товарів (продукції, послуг) та технологій шляхом практичного використання нововведень, побудувала алгоритм інноваційного розвитку організації. Відповідно до зазначеного алгоритму складовими інноваційного розвитку організації є процеси: концентрації ресурсів; генерування інноваційних ідей; створення нового товару; виводу товару на ринок; отримання доходу від інноваційної діяльності; розподілу доходу від інноваційної діяльності.

О. Адаменко, розбиваючи процес інноваційного розвитку на два етапи: визначення пріоритетних напрямів інноваційного розвитку та розробки стратегії інноваційної діяльності за окремими інноваційними проектами, пов'язує інноваційний тип розвитку з такими складовими, як: інноваційний процес (від генерування ідеї до дифузії інновацій) та

інноваційна діяльність організації, у межах якої здійснюється: постановка цілей впровадження інновацій; налагодження інноваційного процесу; координація та контроль ходу інноваційного процесу. Підтримуючи думку О. Адаменко та деяких інших з вищезазначених науковців, що інноваційний процес та діяльність, яка з ним пов'язана, покладені в основу інноваційного розвитку будь-якої організації, вважаємо за доцільне до переліку складових цього типу розвитку також відносити інновації та інноваційні проекти. При цьому, якщо рішення щодо інновацій в процесі розвитку організації може прийматися на всіх рівнях управління (від корпоративного до операційного), то безпосереднє управління інноваційним процесом, як правило, відбувається на функціональному рівні (наприклад, у межах того підрозділу організації, що займається науково-дослідними розробками). Управління інноваційними проектами зазвичай пов'язано з реалізацією кількох інноваційних процесів та має міжфункціональний характер або здійснюється на бізнес-рівні (у випадку залучення до виконання інноваційного проекту квазіавтономного підрозділу диверсифікованої компанії). Своєю чергою, управління інноваційною діяльністю організації відбувається або на бізнес-рівні, або на корпоративному.

Романенко В.А.,

*д.е.н., професор кафедри економічної теорії
та конкурентної політики КНТЕУ*

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ

Слід визнати, що за останні десятиліття в Україні так і не була сформована дієва інноваційна політика. Самою слабкою ланкою залишається зв'язок науки і виробництва. Лише близько 10% наукових розробок впроваджуються у виробництво.

Децентралізація регіонів яку пропонують запровадити в умовах існуючого стану з інноваціями, створює нові ризики. Головним ризиком є посилення дублювання всіх стадій інноваційного процесу, розпорошення наукових та виробничих ресурсів. Так, наприклад, вже зараз в багатьох регіонах спостерігається дублювання розробок і виробництва окремої продукції (таб. 1).

Приклади дублювання окремих розробок (виробництв)

Назва	Регіон
1. Розробка і виготовлення трамвая	Київ, Львів, Луганськ
2. Розробка і виготовлення тролейбуса	Київ, Львів, Дніпропетровськ, Чернігів, Луцьк
3. Розробка і виготовлення енергоощадних світлодіодних ламп, світильників	Київ, Рівне, Харків, Севастополь, Черкаси
4. Розробка і виготовлення електро-локомотивів	Дніпропетровськ, Запоріжжя, Луганськ
5. Розробка і виготовлення комбайнів	Херсон, Олександрія (Кіровоградська обл.), Харків, Київ

Це суперечить сучасним світовим тенденціям : посилення інтеграції і консолідації зусиль.

Пропозиції.

Інноваційна політика в умовах децентралізації регіонів має полягати в чіткому розмежуванні функцій між загальнодержавним і регіональним рівнем.

Загальнодержавний рівень: розробка загальнодержавних міжрегіональних програм наукових досліджень

визначення і закріплення за регіонами певної спеціалізації (з урахуванням наявного в регіоні науково-технічного та виробничого потенціалу)

підготовка наукових кадрів в спеціалізованих навчальних та наукових центрах для потреб регіонів

Регіональний рівень: вивчення попиту на інноваційні розробки залучення наявного науково-технічного потенціалу для вирішення локальних проблем розвитку регіону формування сприятливого інноваційного середовища починаючи зі школи і завершуючи виробництвом

Список використаних джерел

1. Рекомендації парламентських слухань на тему «Про стан та законодавчого забезпечення розвитку науки та науково-технічної сфери держави.» Голос України, 26 лютого 2015 року – С.10–12. Формування інноваційної політики в умовах децентралізації регіонів

ПАРТНЕРСЬКІ ПРОЕКТИ БІЗНЕСУ ТА УНІВЕРСИТЕТІВ

На сучасному етапі університетська місія включає реалізацію головних завдань: навчання, дослідження та соціального служіння [1,2]. Наразі, в Україні і світі у зв'язку з процесами глобалізації, а також стрімкими темпами розвитку інформаційних, комунікаційних та інших технологій, класична модель університету з відповідним усталеним розумінням університетської місії стискається з суттєвими викликами та зазнає значних трансформацій. Університети існують не заради університетів, а вони є складовою системи: бізнес, суспільство і університети.

Партнерські проекти бізнесу та університетів в світовій практиці реалізуються досить успішно і мають наступні форми.

Процедура фінансування університетів. Світовий досвід державного фінансування надається переважно на підставі формули, загальної для певної категорії навчальних закладів. Така формула враховує набір базових витрат і результатів навчання (outputs). Додаткове державне фінансування включає субсидії за результативність досліджень (очікувані результати визначаються угодами між університетами та урядом або багатостороннім органом) та/або кошти конкурсних фондів (за досягнення певних результатів досліджень або навчання).

Інституційні форми партнерства університетів із бізнесом включають так організаційні підрозділи в структурі університетів: наукові парки, бізнес-інкубатори, інноваційні компанії (часто співвласниками є бізнес-компанії), центри технологічних досліджень, холдинги з управління інтелектуальною власністю.

Податкові пільги і ендавменти. *Ендавмент* є капіталом, що надається університету задля фінансування її статутних потреб (або частини статутних потреб). Зазвичай він має вигляд майнових активів (нерухомість, цінні папери або грошові кошти), що вкладаються в цінні папери, інвестиційні проекти або інше нерухоме майно. Він є категорично недоторканим. Його не можна витрачати. Користуються не ним, а лише прибутком (%) з його інвестування, і виключно задля цільових потреб організації, якій він наданий. **Податкові пільги** надають індивідуальним благодійникам університетів, що сприяє, зокрема, діяльності різноманітних спілок чи мереж випускників (у Росії – до 25% доходу фізичних осіб; у Німеччині до 100 тисяч євро на рік; у Фінляндії – 250 тисяч євро). Втім розмір податкових пільг не є прямо

пропорційним фінансуванню університетів приватним сектором. Загалом спеціальні податкові пільги не є головним критерієм для компаній з метою партнерства з університетами.

В Україні основними мотивами налагодження партнерства бізнесу з вищими навчальними закладами є: підготовка фахівців, що відповідають запитам компанії та доступ до висококваліфікованої робочої сили. Такі цілі призодять до поширення форм співробітництва, які зорієнтовані на підготовку спеціалістів, – стажування та практика студентів, лекції для студентів, студентські проекти, конкурси та профорієнтаційні заходи. Одиниці компаній проводять спільні наукові дослідження з ВНЗ, бізнес фактично не бере участі в розробці навчальних програм, управлінні навчальним закладом, не використовує стипендіальні та грантові програми. Університети намагаються залучити бізнес до всіх форм співпраці у напрямі як підготовки фахівців (стажування, практика, підвищення кваліфікації викладачів, запрошення лекторів-практиків), так і науково-дослідної діяльності.

Працевлаштування випускників. Світовий досвід свідчить, що ВНЗ активно розвивають співпрацю з компаніями у напрямі наукової та інноваційної діяльності. Так, компанії визначають такі найпоширеніші форми співробітництва з університетами: стажування – 25 %, менторство – 17 %, благодійна грошова допомога – 15%, підтримка дослідних проектів – 14%, контрактні дослідні проекти – 11%, взаємодія з дослідною кафедрою – 5%, створення бізнес-інкубаторів – 4%. А основними мотивами для налагодження партнерства визначають доступ до компетенцій та експертиз, розроблених в університеті – 43%, доступ до висококваліфікованих фахівців – 42%, доступ до інноваційних технологій – 22% [3].

Список використаних джерел

1. Бахрушин В. Місія університетів у світі: історія і сучасність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://education-ua.org/ua/articles/167-misiya-universitetiv-u-sviti-istoriya-ta-suchasnist>.
2. Курбатов С.В. Історична генеза теоретичного дискусусу університету / С.В. Курбатов // Теорія і практика управління соціальними системами. – 2013 – №4. – С. 3–10.
3. Якісна вища освіта: роль партнерств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/Research_Forum_Business-and-Universities.pdf

Кармазінова В.Д.,

аспірант

Науковий керівник: Ромат Є.В.,

д.н. з держ.упр., професор

ФОРМУВАННЯ БРЕНДА МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДНОГО АГЕНТСТВА

У сучасних умовах розвитку економіки підприємства та організації для забезпечення ефективного ведення господарської діяльності, створення сильних брендів і закріплення конкурентних позицій на ринку використовують принципи, функції та методи бренд-менеджменту. Маркетингові дослідницькі агентства не є винятком, основним завданням яких стало: виявити сучасні тенденції розвитку теорії та практики бренд-менеджменту; досліджувати принципи і методи формування і розвитку брендів; визначити особливості циклів брендів на ринку маркетингових досліджень в сучасних умовах. Кожне з поставлених завдань вимагає інновацій в управлінні брендом підприємства.

Бренд – це товар, який відповідає функціональним потребам деяких користувачів і надає їм якусь цінність, здатну задовольнити певні психологічні потреби і спонукати до купівлі [1].

Бренд-менеджмент – це добре обдуманна теорія, сформована система ідей, принципів і методів, яка узагальнює практичний досвід і відображає основні закономірності реалізованих процесів просування товарів і послуг.

Маркетингове дослідницьке агентство – це компанія, яка спеціалізується та надає послуги проведення досліджень ринку і споживачів, а також консалтинг в області маркетингу.

Метою управління інноваційними процесами маркетингового дослідницького агентства повинна бути побудова системи механізмів, бізнес-процесів, завдяки яким часовий інтервал від ідеї інновації до її впровадження буде мати мінімальне значення.

Побудова інноваційного процесу також має чітко відображати механізми створення і управління інноваційним потенціалом бренду, яку необхідно довести вже до кінцевого споживача.

В умовах високої невизначеності маркетингового середовища – позбавляє менеджерів можливості оцінювати його з позиції минулого, керуватися накопиченим досвідом, використовувати традиційні прийоми. Бренд-менеджмент як вид діяльності формує стратегію, цілі

і завдання, що дозволяють отримувати додаткові переваги перед конкурентами, швидко реагувати на зміни і приймати відповідні тактичні й оперативні рішення.

Для створення конкурентоспроможної організації в жорстких умовах ведення господарської діяльності маркетингові дослідницькі агентства України повинні розробляти і впроваджувати інновації в управління брендами.

Список використаних джерел

1. Джоунс Дж. Роль реклами в створенні сильних брендів / Дж. Джоунс. – М. : Вільямс, 2006. – 210 с.

Ромат Є.В.,

д. н. з держ. управління, професор КНТЕУ.

Іртлач М.О.,

директор із маркетингу Комунікаційної групи «ESG»

БРЕНДИ ТЕЛЕКАНАЛІВ – СТРАТЕГІЧНІ БРЕНДИ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ КОМПАНІЙ

Система телевізійних брендів являє собою єдиний комплекс, що поєднує бренди учасників телевізійного ринку, бренди окремих каналів розподілу телевізійних послуг, бренди аудіовізуальних творів, що є об'єктами авторського права, бренди засобів масової інформації та громадських організацій, що тісно взаємопов'язані між собою та завдають відчутного впливу одне на одного та всі разом спрямовані на досягнення єдиних цілей розвитку телебачення як засобу медіа.

На наш погляд, у якості основних типів елементів системи телебрендів треба розглядати: бренди телевізійних каналів, бренди телепрограм, бренди телеведучих, бренди телеорганізацій, бренди телевізійних мереж, бренди власників телеорганізацій і мереж, бренди національних громадських професійних організацій, бренди міжнародних телевізійних організацій, бренди телевізійних фестивалів та ін. Схематично взаємозв'язки між вказаними типами брендів зображено на рисунку.

Поняття бренду телевізійного каналу містить в собі комплекс об'єктивно-віртуальних параметрів, що поєднує реальні параметри

каналу та його суб'єктивний відбиток у свідомості споживачів разом з генерованими за допомогою інструментів маркетингу віртуальними перевагами. Структура бренду телеканалу включає в собі елементи: «пакування», «настроювання», «імідж бренду» та «інструкція з використання», які об'єднують змістовну складову бренда та його комунікації із глядачем.



Рис. Схема взаємодії кластерів брендів у системі телевізійних брендів

Джерело: власна розробка.

Як правило, елементи кластерів брендів телеканалів, телепрограм і телеведучих є головними в структурі архітектури бренду телемовника. Водночас, треба визнати, що саме бренд телеканалу виконує провідну роль стратегічного бренду (майстер-бренду) у цій архітектурі. На користь такого твердження вказують такі аргументи:

1. Основна телевізійна аудиторія, що користується послугами телебачення, орієнтується на конкретний телеканал, враховуючи його контент-наповнення, базуючись на своєму ставленні до каналу, беручи до уваги імідж каналу, що сформований у свідомості телеглядача та ін.

2. Саме вибір телеканалу та масовість перегляду аудиторією конкретного каналу визначає, в решті решт, успішність діяльності телемовника, безпосередньо впливаючи на обсяги рекламних надходжень або абонентської плати.

3. Бренд телеканалу дозволяє створити конкретні цілісні комплекси телевізійного контенту, що відповідають потребам різних сегментів телеглядачів. Відповідно до цього можна виділити канали чоловічі, жіночі та дитячі; канали для тих, хто хоче відпочити та розважитися, та канали для інтелектуалів, тощо.

4. Бренди телеканалів, у більшості випадків, характеризуються відносно вищим рівнем обізнаності у порівнянні з корпоративними брендами телеорганізацій. Наприклад, якщо ми назвемо найрейтинговіші телеканали України на початок 2015 р., то це будуть: «Інтер», «1+1» і «Канал «Україна»». Обізнаність про ці телеканали серед телеглядацької аудиторії віком 7+ перевищує в Україні 90 %. При цьому слід зауважити, що значно менша частка пересічних глядачів обізнана про телеорганізації, у власності яких знаходяться телеканали. Це, відповідно до згаданих телеканалів, – медіа-холдинг U.A. Inter Media Group («Інтер»), Студія «1+1» та Central European Media Enterprises Ltd. («1+1»), «Медіа Група Україна» та «System Capital Management» («Канал «Україна»»).

5. Сильний бренд телеканалу, що характеризується високими показниками рейтингу, частки, обізнаності, ідентичності та лояльності, дозволяє залучити до співпраці такі ж сильні бренди рекламодавців. Звичайно ж, це позначається на рівні доходів телеорганізацій від функціонування телеканалів.

Список використаних джерел

1. Черемних І. В. Медіабренд та стратегія позиціонування телеканалів на медіаринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2375>
2. Іртлач М.О. Формування брендів на телевізійному ринку: основні чинники та напрями зусиль / М.О. Іртлач // Прометей. – 2015. – № 1. – С. 24–31.
3. McDowell Walter, Batten Alan. Branding TV: Principles and Practices. – Oxford: Focal Press, 2005. – 158 p.
4. Хант Л. Основы телевизионного брендинга и эфирного промоушн / Ли Хант. – М. : Галерия, 2001. – 152 с.

Ромат Є.В.,
зав. кафедри маркетингу та реклами КНТЕУ,
д. держ. упр., професор,
Толстоног В.В.,
аспірант кафедри державного менеджменту
Національної академії державного управління
при Президентові України

ІНТЕГРОВАНІЙ КОМПЛЕКСНИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАХИСТОМ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Результати проведених нами досліджень свідчать про те, що основні типи механізмів державного управління (зокрема, інституціональний, організаційний, економічний, соціальний, комунікативний та ін.) функціонують як єдиний інтегрований комплексний механізм державного управління. На це вказують такі аргументи:

1. Усі проаналізовані механізми спрямовані на досягнення єдиної мети державного управління – захист прав споживачів.

2. Усі проаналізовані механізми мають численні спільні елементи та перетинання за цілями та інструментами їх досягнення. Наприклад, нормативно-правовий механізм державного управління тісно пов'язаний із суб'єктами управління, що виступають джерелами правових норм. Масштаб і рівень правових норм, що генеруються певними суб'єктами управління залежать від їх місця в системі ієрархії, підпорядкування в системі державного механізму (характерні ознаки інституціонального підходу. Виконувані функції (що розглядаються, передусім, за допомогою організаційного підходу) чітко визначаються системою нормативних актів. Тобто, ми знову спостерігаємо взаємозв'язок та взаємоперетинання різних механізмів держуправління.

3. Аналіз функціонування правового механізму в «чистому» вигляді можливий лише за умови абстрагування від ролей, функцій, системи підпорядкування та статусів у системі державного управління суб'єктів, що є джерелом права. При цьому досить специфічна та однорідна функція – розробка та реалізація нормативно-правових актів – дозволила нам виокремити вказаний механізм із комплексу механізмів. Водночас, формування базових нормативно-правових засад системи управління захистом прав споживачів є функцією, яка реалізується в діяльності суб'єктів державного управління. Тобто, розглядаючи процес

із цієї точки зору, ми можемо усі названі суб'єкти державного управління розглядати також і в системі організаційного або інституціонального механізму державного управління.

4. Водночас, умовний розподіл інтегрованого комплексного механізму державного управління на конкретні підсистеми дозволяє глибше проаналізувати конкретні елементи, інструменти та функції цього механізму.

5. Виходячи із результатів проведеного аналізу, можемо зробити висновок про те, що інтегрований механізм державного управління захистом прав споживачів має системний комплексний характер. Він являє собою єдину систему функціональних механізмів державного управління (правового, інституціонального, адміністративного, соціального та ін.).

Ще одним важливим висновком є констатація того, що на сьогодні переважають адміністративні методи впливу у процесі державного захисту прав споживачів. Як висновок: потребує розвитку система соціального механізму державного управління захистом прав споживачів, а саме стимулювання ініціативи громадян щодо захисту власних споживацьких прав. Потребує нагальної перебудови системи взаємозв'язків органів державної влади та громадських конsumerських об'єднань громадян.

Список використаних джерел

1. Федорчак О.В. Класифікація механізмів державного управління / О.В. Федорчак // Демократичне врядування. – 2008. – № 1. – Електрон. наукове фахове видання. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-... Fedorchak.pdf>.
2. Ромат Є.В. Теоретико-методологічні основи та основні напрями реалізації споживчої політики в системі державного управління / Є.В. Ромат / В кн. Споживча політика в системі державного управління : навч.-метод. посіб. ; за заг. ред. К.О. Максименко, О.В. Овчарук, Н. Г. Протасової. – К. : Тютюкін, 2009. – 248 с.

ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Одним з перспективних напрямків підвищення якості професійної підготовки студентів, активізації їх науково-дослідної діяльності, розкриття творчого потенціалу, збільшення ролі самостійної роботи є розробка і впровадження в навчальний процес вищих навчальних закладів комп'ютерно-орієнтованих методичних систем навчання фахових дисциплін, в основу яких покладено web технології.

Головною метою заходів, спрямованих на вдосконалення системи освіти, є створення умов для приведення рівня і якості освітнього потенціалу до вимог інноваційного розвитку України.

Інновація – це не будь-яке нововведення, а тільки таке, що істотно підвищує ефективність діючої системи [1]. Інновації – це ідеї та пропозиції (в багатьох випадках засновані на результатах відповідних спеціальних наукових досліджень і інженерних розробок), що можуть стати основою створення нових видів продукції чи значно поліпшити споживчі характеристики (технічні, економічні тощо) існуючих товарів, створення нових процесів, послуг, чи будь-чого, що може покращити «якість життя» людства [1].

Інноваційна діяльність – одна з форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу [2]. Інноваційна діяльність – вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт, введений на ринок, у новий чи покращений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до соціальних послуг [1].

На формування і розвиток особистості найбільше впливає середовище, в якому вона живе, навчається, працює. Тому для університетів важливою і актуальною проблемою як теоретичного, так і практичного характеру є проблема створення високотехнологічного інформаційно-комунікаційного освітньо-наукового середовища, в якому студент знаходиться щодня в процесі всього періоду навчання, яке повинне відповідати потребам інформаційного суспільства, сучасному рівню науки, техніки та світовим освітнім стандартам і сприяти підвищенню рівня їх фахової підготовки та конкурентоспроможності на ринку праці.

До ключових напрямків ІТ-сфери, що впливають на освіту в ХХІ столітті можна віднести web-пошук, змішане навчання (blended learning), вільнопоширюване програмне забезпечення (F/OSS), вільнопоширювані навчальні курси (Open Course Ware), навчальні портали, електронне спіробітництво, мобільне навчання в режимі реального часу, мережі персоналізованого навчання, платформи для розробки (CMS), хмарні технології (Cloud Computing) [3].

Широке використання в освіті набули різноманітні сервіси і Internet послуги: електронна пошта, списки розсилки, веб-форуми, блоги, wiki; FTP, файлобмінні мережі (Usenet); чати, вебінари; соціальні мережі (facebook, twitter); потокове мультимедіа, YouTube, Internet-радіо, Internet-TV; IP-телефонія, Skype, Google Talk; Web 2.0 (wikipedia, сервіси Google, Flickr, Netvibes, Digg.com, UcoZ) [4].

Можно виділити 5 характеристик ефективного викладача у ХХІ столітті: вміння передбачати майбутнє, навчатися протягом усього життя, встановлювати рівноправні взаємини, вміти вчити і оцінювати учнів всіх рівнів, бути здатним відрізняти ефективні та неефективні технології [5].

Технології електронного, дистанційного і мобільного навчання є інноваційними технологіями, на основі яких в університетах повинно створюватися нове навчальне середовище, де студенти можуть отримати доступ до навчальних матеріалів у будь-який час та в будь-якому місці, що робить процес навчання більш привабливим, демократичним, комфортним і стимулює студента до самоосвіти та навчання протягом усього життя.

Тому головним завданням трансформації освіти в університетах є створення найсприятливіших умов для тих, хто навчається, в здобутті ними вищої освіти, підвищенні кваліфікації, реалізації свого інтелектуального потенціалу за рахунок впровадження в навчальний процес інноваційних інформаційно-комунікаційних та педагогічних технологій.

Список використаних джерел

1. <http://uk.wikipedia.org>
2. Про інвестиційну діяльність : Закон України.
3. Сейдаметова З.С. Факторы, влияющие на IT-образование: рынок труда, образовательные стандарты, языки программирования / Сейдаметова З.С., Темненко В.А. // Інженерія програмного забезпечення. – 2010. – № 1. – С. 62–70.

4. Триус Ю.В Сучасні педагогічні технології в освіті / Ю.В Триус. – Х Міжвузівська школа-семінар «Інноваційні технології навчання у вищій школі». – Харків, 2013.
5. <http://www.eschoolnews.com/2011/09/09/five-characteristics-of-an-effective-21st-century-educator/>

Салайчук О.М.,

*Начальник департаменту міжнародного страхування
Моторного (транспортного) страхового бюро України*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОBOB'ЯЗKOBOTO ABTOCTPAХУBAHHЯ B УКPAЇНІ

Інноваційна діяльність набуває особливої актуальності у страхуванні – одного із найважливіших соціально-економічних інститутів, який забезпечує фінансовий захист фізичних та юридичних осіб, сприяє підвищенню добробуту населення та є джерелом накопичення значних інвестиційних ресурсів. Яскравим прикладом провадження ефективної інноваційної діяльності на вітчизняному страховому ринку може бути інноваційна політика Моторного (транспортного) страхового бюро України в адмініструванні одного із найбільш структурованих, організаційно та методично забезпечених сегментів страхового ринку – обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (далі – обов'язкове автострахування). Враховуючи певну специфіку цього виду страхування, а саме його соціальну орієнтованість, наріжним каменем є розробка та впровадження таких інноваційних рішень, які зможуть забезпечити захист майнових прав страхувальників та потерпілих осіб за договорами обов'язкового автострахування, а також сприятимуть підвищенню платоспроможності страховиків – учасників цього ринку.

Для досягнення означеної мети Моторним (транспортним) страховим бюро України було реалізовано комплекс інноваційних заходів, серед яких варто виокремити:

- запровадження централізованого адміністрування збитків за українськими договорами міжнародного страхування «Зелена картка» шляхом резервування нетто-премій страховиків за договорами цього виду страхування [1];
- імплементація підсистеми «Green Card Online», внаслідок якої забезпечується автоматичний розрахунок страхової премії при

укладенні договору страхування, контролюється коректність істотних умов договору страхування, зводиться до мінімуму можливість викривлення інформації тощо. Окрім того, це дозволяє ефективно долати прояви страхового шахрайства при укладенні договору страхування та мінімізує витрати страховиків на операційний облік [3];

- запровадження спрощеної процедури оформлення дорожньо-транспортної пригоди без залучення на те працівників Державтоінспекції Міністерства внутрішніх справ України, що дозволяє як страхувальникам, так і потерпілим особам не витрачаючи багато часу зафіксувати власними зусиллями важливі обставини дорожньо-транспортної пригоди та повідомити про них страховиків [4];

Перспективними напрямками інноваційної діяльності Моторного (транспортного) страхового бюро України є:

- актуалізація системи «електронний поліс», яка дозволить оптимізувати витрати на документообіг та звітність страховиків, а також відійти від паперового укладання договорів страхування [5];

- запровадження прямого врегулювання збитків, яке має докорінно змінити ставлення, як страховиків так і страхувальників до поняття та змісту страхової послуги в обов'язковому автострахуванні [6].

У подальшому інноваційна діяльність Моторного (транспортного) страхового бюро України визначатиметься міжнародними стандартами та вимогами Європейських директив з автострахування (Motor Insurance Directives), які повинні бути імplementовані у межах підписаної Угоди про асоціацію між Україною, з одного боку, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншого.

Список використаних джерел

1. Вдале рішення страховиків надає оптимізму в 2014 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mtibu.com.ua/ua/presscenter/news/108010/>
2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4.07.02 №40-IV
3. Запровадження Системи «Green card online» стимулюється економічно [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mtsbu.kiev.ua/ua/presscenter/news/109109/>
4. Європротокол [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mtsbu.kiev.ua/ua/for_consumers/europrotocol/96560/

5. Что такое «электронный полис» и чем он отличается от оформления договоров в онлайн-режиме? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forinsurer.com/public/14/05/22/4664>
6. Впровадження прямого врегулювання в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mtibu.com.ua/files/1_1.pdf

Севрук І.М.,

асистент кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

ІННОВАЦІЇ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Потужність впливу міжнародних роздрібних торговельних мереж на сферу товарообігу підтверджується міжнародною практикою інтенсивного впровадження інновацій у їх діяльність. Саме міжнародні торговельні мережі є драйвером інноваційних процесів у роздрібній торгівлі [1, с. 29].

В умовах загострення конкурентного середовища, інноваційний розвиток торговельних мереж є визначальним чинником досягнення конкурентних переваг на ринку. Міжнародні роздрібні торговельні мережі спрямовують свої зусилля на інноваційний розвиток мережевих форм торгівлі, розширення та оптимізацію існуючих торговельних площ, інтернаціоналізацію електронної комерції, розроблення та використання власних торговельних марок (private label), а також на пошук нових шляхів взаємодії з покупцями через новітні технології та засоби масової інформації [2, с. 186].

Великі торговельні мережі («Wal-Mart», «Best Buy», «Target», «Tesco» та ін.) намагаються пристосовуватись до науково-технічного прогресу та швидких змін в настроях і потребах потенційних споживачів. Вони впроваджують маркетингові, організаційні та процесові інновації, постійно розширюють товарний асортимент за рахунок новітньої та удосконаленої продукції [3, с. 157].

Значного поширення набувають різноманітні інноваційні технології, які успішно впроваджуються світовими мережами. Відомо, наприклад, що останнім часом американська компанія «Wal-Mart» намагається завоювати довіру різноманітних груп покупців. Успішно застосовуються розроблені компанією спеціальні програми для власників iPad та iPhone, які допомагають скласти список покупок у магазинах мережі, технологія iBeacon, яка дозволяє інформувати

споживачів про рекламні акції та пропозиції, що надходять безпосередньо на телефон покупця, а також технологія «персональний асистент покупок» (PSA), який допомагає покупцеві орієнтуватись у залі та здійснювати покупки. Зазначені інноваційні технології у сфері роздрібної торгівлі дають змогу покупцеві отримати інформацію про наявність товару, його місцезнаходження в магазині, ціну та можливість придбати його зі знижкою. Німецька компанія «Metro Group» впроваджує нову технологію, яка дозволить клієнтам «Metro Cash & Carry» відслідковувати ланцюжок постачання м'ясної та рибної продукції за допомогою спеціальної програми для смартфонів, що надасть змогу шляхом сканування конкретного продукту через QR-коди отримати інформацію про його якість та ступінь свіжості.

Яскравим прикладом успішної «win-win» стратегії є інноваційна ідея у формі віртуального магазину на станціях метрополітену, що дозволяє пасажиром замовляти товари шляхом сканування QR-кодів через власний телефон. Замовлені товари доставляються споживачам додому, що дозволяє їм економити власний час. Ця інновація успішно використовується мережею супермаркетів «Home Plus» (спільне підприємство компаній «Samsung» та «Tesco») у Сеулі (Південна Корея). Купуючи рекламну площу на станціях метрополітену, міжнародна роздрібна торговельна мережа отримала значні конкурентні переваги: стабільне зростання обсягу продажу та досягнення лідируючих позицій на ринку.

Міжнародний досвід свідчить про ефективність впровадження нових технологій у сферу обігу. Наразі більшість роздрібних торговельних мереж в Україні мають недостатньо можливостей та ресурсів для інноваційного розвитку. Однак вивчення найкращих світових практик та залучення інвестицій сприятиме активізації інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах торгівлі.

Отже, роздрібна торгівля є своєрідним двигуном просування товарів від виробника до кінцевого споживача, що сприяє інтенсивному впровадженню міжнародними роздрібними торговельними мережами інноваційних технологій. Великі торговельні мережі спрямовують зусилля на удосконалення своїх конкурентних переваг, що в підсумку забезпечує споживачів якіснішими товарами та послугами.

Список використаних джерел

1. Солодилов К.В. Инновации в розничных торговых сетях / К.В. Солодилов // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 10, Иннов. деят. – 2012. – Вып. 7. – С. 29–32.

2. Севрук І.М. Маркетингові інновації в діяльності міжнародних роздрібних мереж / І.М. Севрук // Вісник Одес. нац. ун-ту. Економіка. – 2013. – Т. 18. – Вип. 1. – С. 180-189.
3. Підкамінний І.М. Інноваційний розвиток підприємств роздрібної торгівлі / І.М. Підкамінний, І.О. Совершенна // Бізнес Інформ. – 2013. – № 1. – С. 156–159.

Серов О.О.,

аспірант Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ШЛЯХИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) – одне з найважливіших і найбільш проблемних галузей економіки України. Воно визначає формування необхідних умов життя населення, які впливають на процес соціально-економічного розвитку країни в цілому. Незважаючи на пильну увагу до ЖКГ представників усіх рівнів влади та органів місцевого самоврядування, проблеми в галузі не перестають бути гострими, галузь залишається в критичному стані, якість житлово-комунального обслуговування оцінюється населенням як незадовільна.

Важке становище в ЖКГ формувалося десятиліттями і зумовлено цілою низкою фундаментальних причин, зокрема, недосконалістю нормативно-правової бази, граничним рівнем зносу об'єктів комунальної інфраструктури, і, як наслідок, високою вартістю їх змісту, незбалансованістю тарифної політики з боку органів місцевого самоврядування, що призвело до додаткових втрат на підприємствах житлово-комунального комплексу, традиційним недофінансуванням. В умовах гострого фінансового дефіциту щорічно збільшується ветхий і аварійний житловий фонд, зростає рівень зносу комунікацій водопостачання, мереж і генеруючих потужностей у теплопостачанні. Плановий ремонт житлового фонду, мереж та обладнання практично повністю замінений аварійно-відновним.

Найбільш важливою проблемою ЖКГ є формування тарифів на житлово-комунальні послуги. Існуюча система тарифного регулювання сформована без урахування зацікавленості споживачів у якості послуг та оцінки їх платоспроможності, внаслідок чого штучно занижувалися тарифи, що створило реальну загрозу порушення роботи систем

життєзабезпечення населення. У той же час однією з найболючіших проблем ЖКГ є саме зростання тарифів на житлово-комунальні послуги. При цьому, щорічне їх зростання вище за темпи зростання доходів населення, що і призводить до збільшення дебіторської заборгованості ЖКГ. У цій ситуації необхідна соціальна підтримка малозабезпечених сімей. З іншого боку, кількість сімей, які потребують нарахування субсидій зростає. Це свідчить, що все більше споживачів не здатні оплачувати послуги ЖКГ.

Слід зазначити фактори, що впливають на розвиток ЖКГ: збільшення інвестиційної привабливості комплексу, впровадження інноваційних технологій в процеси виробництва та обслуговування, підвищення рівня використання наявних ресурсів; модернізація об'єктів житлової та комунальної інфраструктури; регулювання тарифів на послуги ЖКГ та визначення порогів їх зростання.

Реформа ЖКГ – це система збалансованих відносин між постачальниками комунальних послуг та споживачами. Її мета – поліпшити якість послуг для населення згідно з відповідним економічним обґрунтуванням платежів[1]. Реформування ЖКГ в Україні здійснюється давно, але вкрай повільно та неефективно. Рішенням всіх накопичених проблем у ЖКГ є повне реформування галузі.

На основі вищезазначеного можна виділити сучасні підходи до реформування та розвитку ЖКГ України:

- розвиток державного регулювання діяльності природних монополій на ринку комунальних послуг;
- формування державної житлової політики;
- вдосконалення системи фінансування ЖКГ, оплати житла і комунальних послуг та системи соціального захисту населення, здійснення ефективної тарифної політики;
- демонополізація ЖКГ, розвиток конкурентного середовища на ринку житлово-комунальних послуг;
- створення розвинутого конкурентного середовища на ринку обслуговування житла, у тому числі впровадження комплексної реконструкції кварталів (мікрорайонів) застарілого житлового фонду із залученням інвесторів забудовників на конкурсній основі;
- підвищення ефективності використання енергоносіїв та інших ресурсів, радикального зниження енергоємності виробництва, підвищення енергоефективності будинків, створення стимулів і умов для переходу економіки на раціональне використання та економне витрачання енергоресурсів;

– технічне переоснащення ЖКГ, наближення до вимог Європейського Союзу показників використання енергетичних і матеріальних ресурсів на виробництво житлово-комунальних послуг.

Список використаних джерел

1. Україна комунальна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jkg-portal.com.ua/>

Скіцько В.І.,

к.е.н., доцент, докторант кафедри економіко-математичного моделювання ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Успішне ведення бізнесу наразі не можливе без використання низки інновацій. Зокрема, шалений розвиток інформаційних засобів та технологій зумовлює зміни в існуючих та впровадження нових підходів та методів виробництва, виникнення нових характеристик взаємодії учасників ланцюгів постачання, реорганізацію структури управління логістичними системами різного рівня тощо. Відбувається переосмислення усталених понять та поява нових дефініцій, в яких присутнє слово «електронний». Важливість та неминучість таких змін в Україні підтверджує підготовлений до другого читання Проект Закону «Про електронну комерцію» [1].

На фізичному рівні процеси доставки продукції до споживача за останні десятиліття майже не змінилися, проте інформаційна складова таких процесів змінюється з кожним роком, зокрема, все частіше паперові носії інформації замінюються електронними, а час отримання будь-якої інформації скорочується. Належна організація інформаційної взаємодії підприємства із контрагентами дозволяє йому підвищити власну конкурентоспроможність. Управління інформаційними потоками належить до царини інформаційної логістики. Проте, на сьогодні, все частіше використовується термін «електронна логістика», до сфери діяльності якої також відносяться інформаційні потоки.

Електронна логістика – це підсистема менеджменту щодо прогнозування, планування, прийняття рішень, координації та контролю

електронних інформаційних потоків за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем та технологій із застосуванням математичних методів та моделей (в узгоджені із матеріальними, сервісними, фінансовими потоками та потоком інтелектуально-трудових ресурсів) на макро-, мезо-, мікроекономічному рівнях [2].

В межах електронної логістики вирішується низка задач, які, зокрема, пов'язані із виникненням, пошуком, аналізом, перетворенням, зберіганням, передачею (розповсюдженням) інформації в електронній формі. Методичним підґрунтям електронної логістики є її міжнародні стандарти, метою використання яких є, зокрема, зменшення помилок в обмінні інформацією між учасниками логістичних систем будь-якого рівня щодо продукції (її характеристик, відвантаження, оплати, тощо). Складовими частинами електронної логістики, без яких вона не буде електронною і які суттєво впливають на її розвиток, є інформаційна система підприємства та інформаційно-телекомунікаційні мережі, організації та управління якими присвячено досить велика кількість робіт.

Сутність електронної логістики актуальна не тільки в ситуації фізичного постачання продукції від виробника до споживача через ланцюг інших організацій, її можна віднести й до ситуацій, які пов'язані із організацією інформаційних потоків в електронному виді для вирішення проблем та задач компаній, які у своїй роботі використовують Інтернет. Це можуть бути телерадіокомпанії, компанії із продажу білетів на різні театральні та концертні заходи, кінотеатри, компанії з продажу квитків на автобуси, авіа- та залізничний транспорт, банки тощо. В цих ситуаціях виникають специфічні задачі організації та управління інформацією в електронному виді.

Для прогнозування, планування, прийняття рішень, координації та контролю електронних інформаційних потоків мають використовуватися економіко-математичні моделі, які побудовані, наприклад, на підґрунті інструментарію теорії нечітких множини та нечіткої логіки, штучних нейронних мереж, генетичних алгоритмів, коеволюції, синергії тощо.

Інноваційність електронної логістики зумовлює виникнення різних ризиків, якими необхідно уміти управляти в рамках відповідного ризик-менеджменту. Дане питання розглянуто нами у роботі [3], яка фактично є першою вітчизняною науковою роботою, яка присвячена ризикам та ризик-менеджменту в електронній логістиці.

Список використаних джерел

1. Проект Закону про електронну комерцію [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=47409
2. Скіцько В. І. Електронна логістика як складова сучасного бізнесу / В.І. Скіцько // Бізнес Інформ. – 2014. – №7. – С. 309–314.
3. Vitlinsky V.V. Risk management in electronic logistics / V.V. Vitlinsky, V.I. Skitsko // Actual Problems of Economics. – 2014. – № 12 (162). – P. 374–384.

Соколовська І.П.,

*к. е. н, доцент кафедри економічної
теорії та конкурентної політики КНТЕУ*

ІННОВАЦІЙНА КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Процес формування конкурентних переваг підприємства на сучасному етапі визначається стадією розвитку конкурентних відносин в країні. Якщо раніше конкурентні переваги здебільшого забезпечувалися такими факторами як трудові та природні ресурси, то в умовах глобалізації світової економіки спостерігається суттєвий вплив інноваційних факторів. Це дозволяє трактувати сучасну міжнародну конкуренцію, що визначається впливом інноваційних чинників, як інноваційну конкуренцію.

Інноваційна конкуренція, за твердженням М. Портера, розвивається за тими ж тенденціями, що і «традиційна». Її можна охарактеризувати як прагнення економічних суб'єктів до одержання інноваційних конкурентних переваг шляхом розробки та реалізації інноваційного продукту [1]. Передумовами виникнення цього явища можна вважати підвищення вимог до інтелектуального рівня продукції, можливість збільшення її доданої вартості та потенційна можливість розширення спектру потреб, які може задовольнити виробник.

Категорія «інноваційна конкуренція» має певні специфічні особливості, які виокремлюють її з традиційного уявлення про конкурентні відносини. Так, якщо у сформованих сегментах ринку цінова конкуренція реалізується та стимулює інноваційну діяльність підприємств, то в нових – основу конкурентної боротьби складають

інтелектуальний капітал і впровадження у виробничу діяльність передових досягнень науки. За таких умов і проявляється специфічна особливість інноваційної конкурентної боротьби, коли реалізація інновацій приводить до створення нового сегменту ринку.

На сьогодні у світі спостерігається домінування інноваційних конкурентних переваг, досягнення яких пов'язане з переходом країн на інноваційний шлях соціально-економічного розвитку. Тому місце країни на світових ринках визначається станом освіти, розмірами застосування наукових та технічних досягнень, ефективністю інтеграції факторів виробництва, капіталу, інформаційних та інтелектуальних ресурсів.

Аналіз конкурентоспроможності країн за методикою Світового економічного форуму свідчить про те, що країни-лідери за індексом конкурентоспроможності є одночасно і лідерами у технологічній сфері. Так, частка інновацій у формуванні загального індексу конкурентоспроможності країн становить на сьогодні від 30 до 50 %.

При цьому важливо зазначити, що чим ближче країна наближається до «основних інноваторів», або, за класифікацією М. Портера, досягнення інноваційної стадії розвитку [2], за якої вітчизняні фірми не тільки поліпшують іноземні технології, але й створюють власні, тим більша вага у забезпеченні конкурентоспроможності саме інноваційних чинників.

Інноваційний тип розвитку характеризується створенням і використанням інформаційних ресурсів для виробництва нових продуктів (засобів виробництва і предметів споживання), розробкою нових і удосконаленням існуючих технологій, методів організації і управління, способів надання послуг у соціальній сфері.

Слід зазначити, що однією з невирішених проблем в Україні залишається відсутність інституційного середовища інноваційної економіки як форми адаптації до глобального середовища. Держава повинна виконувати функцію гаранта інноваційної конкурентоспроможності бізнесу, забезпечивши умови, стимули і мотиви до інноваційної діяльності. Таким чином, реалізація в Україні моделі інноваційного розвитку, в якій джерелом економічного зростання будуть наукові знання, технологічні інновації та інформація, забезпечить утвердження її як високорозвиненої держави з конкурентоспроможною економікою, здатною інтегруватися в європейський та світовий простір [3].

Список використаних джерел

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. под ред. Я.В.Заблоцкого]. – М. : Вильямс, 2001. – 495 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. ; [пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина]. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
3. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України. – Т. 2 : Інноваційно-технологічний розвиток економіки / за ред. акад. НАН України В.М. Геєця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є.Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 564 с.

Соловьев В.П.,

д.э.н., заместитель директора Центра исследований научно-технического потенциала и истории науки им. Г.М.Доброва НАН Украины

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Решение об инновационном преобразовании предприятия приходится принимать в достаточно жестких условиях, при которых становится ясно, без каких бы то ни было формальных обоснований, что дальнейшая инерционная стратегия деятельности фирмы становится в обозримом будущем чреватой развалом. Периодичность возникновения такой критической ситуации для каждого конкретного предприятия, в принципе, трудно предсказуема. Однако, мировая усредненная статистика на этот счет существует и говорит о том, что средняя продолжительность жизни малого предприятия составляет 3-5 лет, а из крупных предприятий до 30 лет доживают не более 30%. Отсюда следует, что стратегический менеджмент инновационного развития малого предприятия имеет смысл только в том случае, если у такого предприятия есть желание (и возможность) постепенно менять свой статус и переходить, хотя бы, в ранг среднего предприятия.

Такое утверждение не умаляет важности для экономики малых предприятий, которые несут на себе значительную социальную нагрузку по обеспечению занятости населения, имея при этом продуктивность вдвое, и более, меньшую, чем крупные предприятия [1]. В то же время, следует заметить, справедливости ради, что прорывные инновации, кардинально меняющие технологическую среду обитания

человека, рождаются, время от времени, именно в одном из малых предприятий, неожиданно «поймавшем удачу» на фоне не прекращающейся череды распадов и рождений всех остальных предприятий этого класса, выполняющих в основном социальную функцию.

Пока мировая практика, не предлагает единой стандартизированной методики стратегического менеджмента инновационных преобразований фирмы. Однако, принимая во внимание опыт большого количества успешных фирм, есть возможность выделить пять главных функциональных блоков, реализуя которые удастся инновационно модернизировать предприятие. Эти функциональные блоки получили следующие названия: Советники (Advisors); Обозреватели (Browsers); Творцы (Creators); Разработчики (Developers); Исполнители (Executors); Посредники (Facilitators). В английской транскрипции эта модель получила название «The A-to-F Model» [2; p. 13–17].

Эту модель можно было бы считать логической, если бы обязательным было соблюдение строгой последовательности работы перечисленных выше функциональных блоков менеджмента инновационного преобразования предприятия. Однако, как показывает практика, во многих случаях удастся достичь успеха, используя только часть этих блоков, и даже не обязательно в той последовательности, в которой они представлены – скорее, в целях мнемоники запоминания, чем следуя логике реального выполнения. Поэтому данная модель является по своей сути феноменологической.

Набор и последовательность выполнения функциональных блоков в реальной ситуации во многом определяются уровне планируемых инновационных преобразований [2; p. 23–24]. Предлагается считать наиболее поверхностной продуктово-сервисную модель, в которой предполагается совершенствовать только функциональные параметры и сервисные функции, не меняя традиционной для предприятия состава продукции. Более сложной является процессная модель, которая означает изменение логистики продаж или производственных операций. Следующим усложнением реализации модели является маркетинговая модель, суть которой в поиске новой потребительской ниши для выпускаемой продукции с одновременной корректировкой параметров продукции. Наиболее сложной считается бизнес-модель, требующая изменения, как технологии производства, так и поиска новых путей влияния на сферу потребления.

Залогом успешной реализации данного подхода является понимание инициаторами преобразований значимости источников инновационных решений. На этот счет интересными являются следующие

данные статистики, из которых видно, что продуценты инновационных идей распределяются по своей активности следующим образом [3]: сотрудники фирмы – 41%; партнеры по бизнесу – 38%; клиенты – 37%; консультанты – 21%; конкуренты – 20%; выставки и конференции – 18%; сервисные подразделения – 17%; собственные исследования и разработки – 16%; академические исследования – 13%.

Литературные источники

1. Литвинов В. Международная исследовательская кооперация малых и средних фирм Германии / В. Литвинов, Х. Вэттернэй, Ю. Кюнленц // Белорус. эконом. журнал. – 2000, № 1. – С. 89–97.
2. F.T. de Bes & Ph. Kotler, *Winning at Innovation*. – Printed and bound in Great Britain by CPI Antony Rowe, Chippenham and Eastbourne, 2011. – 272 p.
3. *The Economist*, 13-19 October 2007.

Стасюк Л.Л.,

*к.е.н., докторант кафедри
економіки та фінансів підприємства КНТЕУ*

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Інновації сприяють розвитку підприємства, покращенню характеристик його потенціалу, досягненню цілей діяльності. На підприємствах торгівлі інновації впроваджуються за такими напрямками: створення та надання нових послуг (удосконалення наявних), удосконалення технології та способів організації товарообігу, диверсифікація ринків збуту, удосконалення системи управління, розподіл ресурсів (алокція) та ін. Успішність впровадження інновацій залежить від багатьох передумов, чільне місце серед яких належить їх (інновацій) відповідності цілям діяльності підприємства.

Підприємство є об'єктом економічних інтересів різних груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Цілі та цільові функції його діяльності концептуально визначаються в межах двох загальновідомих теорій: ціннісно-орієнтованого менеджменту (VBM) та зацікавлених осіб (stakeholders theory). З позицій VBM цільовою функцією діяльності підприємства є максимізація його цінності для власників, з позицій

stakeholders theory – максимізація цінності для всіх зацікавлених сторін. Доцільно зазначити, що задоволення економічних інтересів власників здійснюється засобом задоволення потреб різних груп зацікавлених в функціонуванні підприємства суб'єктів шляхом систематичного здійснення торговельної, виробничої, науково-дослідної та іншої господарської діяльності в порядку, який визначається чинним законодавством. Такими основними стейкхолдерами в межах управління діяльністю підприємства торгівлі, крім власників, є покупці та постачальники товарів і послуг, працівники, кредитори та ін. Тому поєднання ключових положень названих теорій сприятиме підвищенню комплексності та системності VBM, що передбачає суттєву трансформацію цільової функції діяльності «максимізація цінності підприємства» за рахунок розширення переліку ключових факторів.

Забезпечення збалансованості інтересів ключових груп стейкхолдерів підприємства та орієнтація інноваційної діяльності на її підтримання буде сприяти зростанню цінності підприємства в цілому та його розвитку як «гармонійної компанії». Концептуальна характеристика останньої представлена в [1].

В сучасній практиці торговельного бізнесу впроваджуються такі специфічні інновації: зміна формату магазину (гіпермаркет «нового покоління», об'єднання дискаунтера та «магазину біля дому», віртуальний магазин [2], тематичні формати стилю (анімаційні, морські, еко та ін.)); формування спеціальних пропозицій («акційні товари на обмежений період часу», «купуй та обміной»); розрахункові вузли самообслуговування; стимулювання розрахунків електронними картками; сервіс «здійснення спільних покупок»; удосконалення технології обслуговування в торговельному залі («розумні візки», «вбивця черг»); удосконалення використання торговельного обладнання (комбінація звичайних полиць з висувними); мобільна комерція; екологізація торгівлі тощо. Впровадження таких інновацій, в першу чергу, орієнтоване на зростання обсягів продажу завдяки підвищенню рівня лояльності покупців. Разом з тим, ефективність їх реалізації має безпосередній вплив на формування цінності підприємства торгівлі для власників, постачальників та кредиторів.

Ключовим фактором зростання (збереження) цінності підприємства торгівлі є впровадження інновацій, яке має враховувати багаторівневу комбінацію взаємодії внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. Паралельно з специфічними для торгівлі інноваціями, зростанню (збереженню) цінності підприємства торгівлі сприяє впровадження процесних, управлінських, алокаційних інновацій.

Високий рівень флуктуації параметрів зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства, що проявляється у розвитку кризових явищ глобального та локального рівнів, потребує зміщення акцентів в системі формування цінності підприємства торгівлі у бік мінімізації ризиків та збереження зацікавленості основних груп стейкхолдерів. За таких умов забезпечення зростання (збереження) цінності підприємства за рахунок впровадження інновацій має здійснюватися з орієнтацією на мінімізацію витрат та ризиків, зростання доходів.

Список використаних джерел

1. Ивашковская И.В. Стейкхолдерский подход к управлению, ориентированному на приращение стоимости компании / И.В. Ивашковская // Корпоративные финансы. – 2012. – № 1 (21). – С. 14–23.
2. Роздрібний портал. Інтернет-торговля вытесняет традиционные продажи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.retailstudio.org>.

Сущенко А.М.,
магістр журналістики,
помічник директора ІТІ, Університет «Україна»

ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ В'ЄТНАМУ

Наукова концепція розвитку НТП В'єтнаму, як основа побудови інноваційної моделі економіки в ХХІ столітті, включає наступні перспективні напрямки та галузі з використанням вітчизняних і закордонних досягнень науки та технологій [1]: електроніка-інформатика-телекомунікації (електроніка, інформатика, телекому-нікації та зв'язок), біотехнологія і мікробіотехнологія, автоматизація, технологія нових матеріалів, машинобудування.

У стратегічних орієнтирах концепції розвитку НТП В'єтнаму підкреслюється, що для В'єтнаму основний ресурс інновацій це власний інвестиційний потенціал та технологічні розробки, включаючи трансфер технологій з інших країн. Частка сумарних витрат на розвиток науки і техніки В'єтнаму повинна досягти до 2020 року 2% ВВП.

Світова практика показує, що країни з досить високими темпами економічного зростання можуть адаптувати нові технології, якщо звертають увагу, перш за все, на освіту та підготовку кадрів. Це довів досвід НІС Азії, країн-членів АСЕАН. В'єтнамські вчені вважають, що зазначені країни просунулися вперед у розвитку науки і технології, оскільки вміло поєднували державну підтримку з розвитком приватного сектору та підприємництва.

В'єтнам, використовуючи зовнішній фактор у стратегії розвитку НТП, пройшов два періоди. Перший етап був пов'язаний із запозиченням досвіду колишніх соціалістичних країн і з використанням їх допомоги у становленні та розвитку фундаментальних наук і в підготовці національних кадрів. Другий етап – з адаптацією до світових досягнень НТП за рахунок співпраці та допомоги країн Заходу.

Пріоритетні для В'єтнаму напрямки у розвитку нових технологій. На основі використання іноземних інвестицій по лінії прямих інвестицій і довгострокових кредитів або спільних підприємств В'єтнаму передавалися в 1990-х роках – на початку ХХІ століття нові технології в наступних галузях економіки [2, 3]: розвідка видобуток нафти та газу; зв'язок і телекомунікації; виробництво сталевого прокату; виробництво автомашин; видобувна промисловість; електроніка і виробництво засобів телекомунікацій; харчова та переробна промисловість; вирощування та видобуток річкових і морських продуктів; транспорт і розвиток системи шляхів сполучення; хімічна промисловість; виробництво цементу; виробництво будівельних матеріалів; виробництво прохолоджуючих напоїв.

Використання форм технологічного трансферу. Як відмічалось на II Міжнародному форумі «Трасфер технологій та інвестицій», що відбувся в 2008р в. Києві, В'єтнам посідає 68 місце в світі за обсягом трансферу технологій та інновацій. Згідно із «Законом про іноземні інвестиції» у СРВ стали використовуватися дві форми технологічного трансферу:

- Форма «участі в капіталі»: вся технологія оцінюється в певну суму, яка враховується в частці капіталу спільного підприємства, як внесок іноземної сторони. Іноземний інвестор користується дивідентами (або ризиками) відповідно до його частки у капіталі на весь термін дії підприємства;
- «Звичайна» форма передачі технологій: іноземна та в'єтнамська сторони роблять свої внески в статутний капітал у грошових коштах, у вигляді обладнання, машин, заводських приміщень та інших видів нерухомого майна для створення спільного підприємства. Після

цього іноземна сторона передає свою технологію. Для оплати цієї переданої технології спільне підприємство виділяє частину прибутку іноземному інвестору.

В концесіях із 100% часткою іноземного капіталу технологічна передача практично є передачею головній іноземній компанії своєї дочірньої компанії або філії у В'єтнамі всієї технології. При цьому головна компанія зберігає за собою право промислової власності, контролю та інших прав розпорядження по відношенню до діяльності створеної у В'єтнамі дочірньої компанії або підприємства.

Список використаних джерел

1. Strategy Industrialisation and Modernization Vitnams Economy by 2020 (2001). Hanoi. [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://econstor.eu/handle/10419/88325>
2. Law on Science and Technology, N 21|2000|QH10, June 9, 2000. <http://www.most.gov.vn>.
3. Law of Transfer Tecnology, N 80|2006|QH11, November 29, 2006. <http://www.most.gov.vn>.

Тарелин А.А.,

к.т.н., зав. отделом, ИПМаш НАНУ,

Киреев В.Н.,

к.т.н., научный сотрудник, ИПМаш НАНУ,

Овчарова Г.Б.,

к.т.н., научный сотрудник, ИПМаш НАНУ

КЛАСТЕРНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГОМАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Развитые страны, в том числе ЕС, уделяют особое внимание формированию и развитию элементов инновационной инфраструктуры с использованием эффектов синергии от интеграции научных исследований и инноваций, образования, вариантов политики поддержки и стимулов мотивации инновационной деятельности. Именно к таким инфраструктурным элементам относятся инновационные кластеры и технологические платформы.

Опираясь на имеющийся опыт ЕС, идея создания кластеров и технологических платформ для содействия развитию экономики концептуально поддержана в Украине. При этом, по нашему мнению, наиболее эффективным механизмом реализации инновационных проектов в рамках совместных кластерных инициатив с участием бизнеса, науки и образования должно стать государственно-частное партнерство (ГЧП). С его помощью инновационное предпринимательство снижает риски осуществления новых проектов, позволяет привлекать более дешевый, чем в рыночном секторе экономики, капитал. В то же время, через систему ГЧП бизнес оказывает влияние на распределение государственных вложений в фундаментальные и прикладные исследования и образование.

В этой связи создание кластеров по тем направлениям, по которым у Украины сохраняются конкурентные преимущества, является актуальной задачей для инновационного развития экономики и вызывает практический интерес, как у государственных органов, таких как НАН и МОН Украины, так и со стороны негосударственных инновационных объединений.

Принято считать, что инновационные кластеры – это удачная платформа для реализации мероприятий по интенсификации взаимодействия науки с производственной сферой путем информационной поддержки инновационных процессов и трансфера технологий, создания условий для организации эффективных кооперационных связей предприятий и организаций-участников инновационного процесса, а также установлению деловых контактов и поиска партнеров для реализации совместных проектов.

Одним из примеров практической реализации идеи кластеризации можно считать учреждение 5 февраля 2015 года (по инициативе ИПМаш НАНУ) Энергомашиностроительного кластера Харьковской области (ЭМК).

ЭМК – это объединение предприятий, осуществляющих проектирование, производство и обслуживание оборудования для преобразования энергии органического и неорганического (ядерного) топлива, гидроэнергии и энергии нетрадиционных источников в тепло или в механическую энергию для получения электроэнергии и передачи ее потребителям. В кластер также входят связанные с этими предприятиями образовательные и научно-исследовательские учреждения, органы государственного управления, инжиниринговые компании, работающие в сфере энергетического машиностроения.

Приоритетными направлениями развития ЭМК, зафиксированными в его стратегии являются:

– создание действенной системы инновационно-инвестиционного развития энергетического машиностроения на основе разработки и реализации программ обновления основных фондов предприятий кластера;

– создание образцов новой конкурентоспособной техники и технологий для решения задач развития тепло- и электроэнергетики, определенных в «Энергетической стратегии Украины на период до 2030 года»;

– внедрение системы подготовки и повышения квалификации кадров для предприятий энергетического машиностроения;

– создание сети инжиниринговых центров энергетического машиностроения для обеспечения комплексного подхода в процессе создания и внедрения высокотехнологичного оборудования для тепло- и электроэнергетики в рамках реализации инвестиционных проектов;

– развитие международного сотрудничества с ведущими мировыми производителями энергетического оборудования; компаниями, занимающимися разведкой и добычей энергоресурсов; предприятиями тепло- и электроэнергетики с целью совместной реализации проектов.

Реализация стратегических задач развития ЭМК должно стать эффективным инструментом использования научно-технического и инновационного потенциала отечественного энергетического машиностроения и освоения энергоэффективного высокотехнологичного оборудования ведущих мировых производителей.

Тарелін А.О.,
член-кор НАН України, зав. відділу ІПМаш НАНУ,
Кравченко О.В.,
к. т. н., заступник директора ІПМаш НАНУ,
Михайленко В.Г.,
к. т. н., ст.. наук. співроб. ІПМаш НАНУ

РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІПМаш НАН УКРАЇНИ

Інститут проблем машинобудування ім. А.М. Підгорного Національної академії наук України має багатий досвід у розробці та впровадженні нових технологій як за державним замовленням, так і за кошти підприємств. В останні роки була розроблена технологія маловідходної переробки стічних вод з великою мінералізацією, зокрема, шахтних вод. Зазначене технологічне рішення полягає в оптимальному поєднанні нових баро- та електромембранних процесів

демінералізації та концентрування вод з традиційною термічною дистиляцією та галургічним розділенням солей. При реалізації такої технологічної схеми переробки води домішки, що містяться у стоках, вилучаються з них у вигляді попутних продуктів, зокрема, чистого сульфату натрію, потрібного для виробництва скла та будівельних матеріалів, та хлориду натрію, придатного для використання у комунальному господарстві та теплоенергетиці. У 2008 році за такою технологічною схемою був розроблений та зданий замовнику проект комплексу глибокої переробки шахтних вод.

Проте, зазначена технологія може переробляти стоки з відносно невеликим вмістом органічних домішок. При значній концентрації органічних речовин під час випарювання та кристалізації солей утворюється певна кількість маточного розчину, який треба спрямовувати у стік.

Зазначений недолік нівелюється іншою технологією, що полягає у гідро кавітаційному змішуванні водного стоку з нафтопродуктами (бензином, дизпаливом або мазутом) з утворенням стійких паливних емульсій. У подальшому відбувається спалювання цих емульсій у котлах, оснащених спеціальними форсунками. При цьому шкідливі органічні домішки згорають, а залишкові мінеральні солі утворюють пил, що відділяється від продуктів згоряння у газоочисному обладнанні.

Першою спробою реалізації описаної комбінованої технології є розробка безстічної очистки відпрацьованих вод гідророзриву при видобуванні нетрадиційного газу. Пробу води люб'язно погодилася надати компанія Shell Ukraine. Мінеральна складова цієї води в основному представлена хлоридом натрію концентрацією 35000 мг/л. Органічні домішки складаються із зруйнованого гелю гуарової камеді, етиленгліколю, продуктів розкладу диметилформаміду (диметиламін та інші аліфатичні аміни) та глутарового альдегіду. Загальна концентрація органічних домішок у воді, визначена за втратами при прожарюванні сухого залишку, досягає 2500 мг/л. При переробці такої води безстічність технології досягається поєднанням реагентної коагуляції, баро- та електромембранної демінералізації/концентрування, випарювання та кристалізації хлориду натрію, кавітаційного розпилювання маточного розчину у живильному повітрі та подальше його спалювання у факелі відхідного газу, уловлювання сольового пилу. Враховуючи, що значні об'єми вод гідророзриву є головною проблемою при видобуванні нетрадиційного газу з великих глибин, така технологія відкриває шлях мінімізації екологічної шкоди при реалізації цього процесу у промислових масштабах.

ІННОВАЦІЙНА ФУНКЦІЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Необхідність підвищення економічної ефективності управління державними закупівлями зумовлена роллю, яку вони відіграють у системі ринку як механізм створення конкурентного середовища.

Система державного регулювання виконує функції стимулювання та регулювання в інноваційній економіці: стимулювання попиту і пропозиції на інновації; регулювання інноваційних процесів у різних галузях; підтримка інновацій у діяльності інноваційно-технологічної сфери національної економіки.

Пріоритетними напрямками інноваційної діяльності в Україні є [1]:

1) освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;

2) освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки;

3) освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;

4) технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу;

5) впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;

6) широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;

7) розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Державні закупівлі можна розділити на три рівні у залежності від виду інноваційного продукту [2]:

1) державні закупівлі «стандартної» продукції (послуг), для яких можуть бути сформовані стандартні критерії вибору (ціна пропозиції – єдиний критерій при здійсненні закупівлі);

2) державні закупівлі «складною», технологічно – і наукоємної продукції (послуг), для яких складно стандартизувати критерії вибору (критерієм відбору є ціна і якість; вагомість ціни становить не менше 50%).

Головним критерієм оцінки інноваційної продукції при державних закупівлях використовується ціновий фактор та обмежено враховується фактор якості, і практично не враховується показник інноваційності. Однак зі зростанням рівня орієнтованості держзакупівель на інновації неминуче буде знижуватися значення економічних критеріїв вибору постачальника (виконавця), зростати значення кваліфікаційних критеріїв і, найголовніше, ефективності процесу закупівель.

Список використаних джерел

1. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України № 3715-VI від 08.09.2011.
2. Про здійснення державних закупівель : Закон України № 1197-VII від 10.04.2014.

Трішкіна Н.І.,

к.е.н., доцент Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ ІНФРАСТРУКТУРИ ОПТОВОГО РИНКУ

Європейський вибір України та необхідність її інтеграції у високотехнологічне конкурентне середовище обумовили необхідність формування інноваційної моделі розвитку, в якій роль головного джерела довгострокового економічного зростання мають наукові розробки та їх технологічне використання.

Важливу роль на сучасному етапі розвитку економіки України відіграють оптові ринки. Тому необхідною умовою їх успішного функціонування є забезпечення сучасними технологіями, основою яких є комп'ютерні розробки, оскільки саме комп'ютеризація інфраструктури ринку та якісне програмне забезпечення сприятимуть не лише спрощенню кількості та зменшенню періодичності операцій, але й вдосконалять та спростять її обробку.

Особливим фактором новизни ідеї створення та розбудови оптових ринків в Україні є досягнення мети, яка передбачає забезпечення населення України безпечною, високоякісною та доступною за ціною продукцією та продовольством, а також створення умов для

реалізації продукції за ціною, що надасть можливість виробникам отримати прибуток для розширення та вдосконалення виробництва.

Для дослідження вибрано оптовий ринок «Фруктовий рай», розташований у м. Хмельницький, оскільки через нього проходить 45 % фруктів до Хмельницької, Вінницької, Чернівецької, Івано-Франківської та Тернопільської областей. Він відіграв провідну роль у становленні такого формату торгівлі, є лідером у сфері формування обладнаного, пристосованого та забезпеченого інфраструктурою об'єкту торгівлі, який кардинально відрізняється від своїх конкурентів та перейшов на новий формат продажу продукції оптовим покупцям.

Інфраструктура оптового ринку передбачає доступність і комфорт перебування та здійснення закупівель на їх території. Інфраструктурні елементи оптового ринку за функціональним призначенням можна розділити на дві групи: основну (внутрішню) і зовнішню інфраструктуру [1, с. 267]. Важливою складовою оптового ринку є заїзд на його територію, оскільки він створює перше враження про сам ринок, а також слугує інструментом для координування роботи ринку.

Інновації внутрішньої інфраструктури оптового ринку «Фруктовий рай» – комп'ютеризована автоматизована система в'їзду-виїзду. Ця система забезпечує санкціонований заїзд на територію ринку та оснований на оригінальному організаційно-програмному забезпеченні, що дає змогу отримувати та накопичувати інформацію про клієнта і продукцію, яка завозиться на ринок, відстежувати основні показники діяльності об'єкту (товарну пропозицію, асортимент, товарооборот та географію походження продукції), а також отримувати плату за послуги ринку та здійснювати фінансовий контроль.

Комп'ютеризована система дозволяє оперативно і точно відстежувати обсяги та номенклатуру пропозиції продукції, прогнозувати тенденції; спостерігати сезонність; визначати термін перебування на ринку; коригувати та компенсувати недостатню кількість певної продукції на ринку за рахунок комунікації з її виробниками, оскільки передбачає внесення особистих даних особи, яка заїжджає на територію ринку для торгівлі; аналізувати дані про період роботи на ринку певного оператора, частоту його перебування на ринку; спостерігати за обсягами ввезеної продукції, а також формувати звітну документацію щодо цих даних.

За допомогою системи в'їзду-виїзду можна отримати інформацію про споживачів оптового ринку споживачів: відсоткове співвідношення представників різних форматів роздрібної торгівлі та представників дрібнооптового бізнесу, дані про частоту його присутності на ринку,

обсяги та асортимент закупленої продукції, прогнозувати тенденції; спостерігати сезонність.

Отже, сьогодні оптовим ринкам необхідно розвивати та вдосконалювати свою інфраструктуру. Одним із напрямів такого вдосконалення може стати комп'ютеризація процесів, які відбуваються на ринку та розширення інформаційної складової системи в'їзду-виїзду.

Список використаних джерел

1. Копитко О.В. Інфраструктурне забезпечення оптових ринків сільськогосподарської продукції / О.В. Копитко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.1. – С. 266-272.

Тронько В.В.,

к. е. н, доцент кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІКТ УКРАЇНИ

Сучасною світовою тенденцією є трансформація індустріального суспільства у постіндустріальне. Згідно з міжнародним досвідом, цифрові технології – це рушійна сила соціально-економічного розвитку, що сприяє відновленню економік багатьох держав світу та визначає основу сталого розвитку в майбутньому [1]. Для моніторингу та порівняння розвитку інформаційно-комунікаційних технологій експертами Міжнародного союзу електрозв'язку (МСЕ) було створено Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (**IDI**: ICT Development Index). Цей індекс включає в себе 11 показників, що утворюють одне контрольне значення (від 0 до 10) [2].

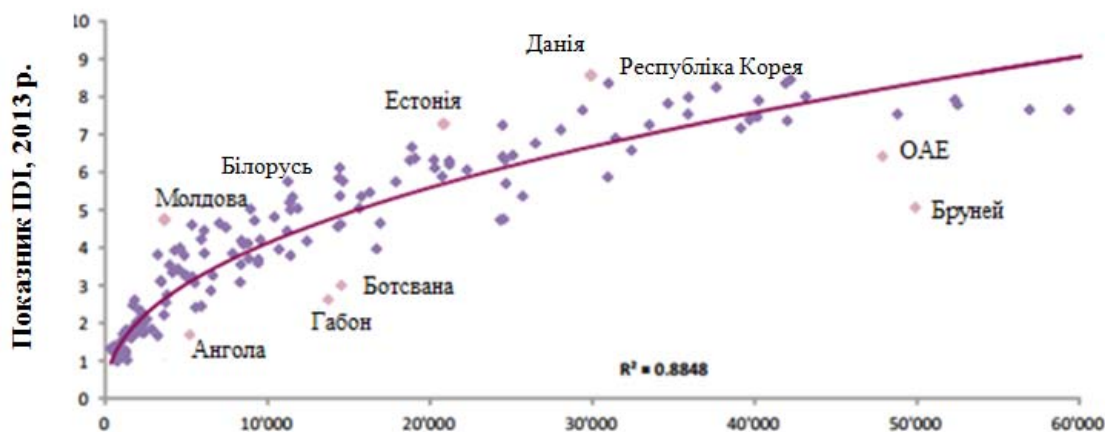
Основною ціллю IDI є вимірювання рівня та змін у часі розвитку ІКТ в країнах; прогресу у розвитку ІКТ та цифрового розриву в різних країнах; потенціалу розвитку ІКТ, або меж застосування ІКТ країною виходячи з наявних в неї можливостей та вмінь.

Аналізуючи дані показники, аналітики МСЕ помітили кореляційний зв'язок між IDI та ВНД на душу населення. У країнах, де IDI наближується до власної максимальної позначки 10, зафіксовано найвищі рівні ВНД на душу населення. Отже, чим вище рівень розвитку ІКТ країни, тим вищий добробут її населення (рис. 1) [3]. Показник кореляції $R^2=0,8848$ вказує на тісний зв'язок між дослідними

параметрами IDI та ВНД на душу населення та на достовірність результатів кореляції.

Наприклад, Республіка Корея вже 4 роки поспіль посідає перше місце за рівнем розвитку ІКТ (у 2013 р. показник IDI сягнув відмітки 8,85), друге місце традиційно належить Швеції (із позначкою IDI в 8,67). США займає чотирнадцяте місце в світі (8,02) і т.д.

Цифровий розрив між розвиненими країнами та всіма іншими обумовлений декількома причинами. Однією з таких причин є щорічне прийняття у розвинених країнах нормативно-правових документів, які зобов'язують операторів мобільного та фіксованого зв'язку оновлювати стандарти якості зв'язку та пов'язані з цим технології. Безумовно, така практика призводить до стрімкого розвитку новітніх технологій та стандартів зв'язку в цих країнах. Ці технології негайно впроваджується як в бізнес-середовищі, так і в сфері домогосподарств, що призводить до стрімкого зростання активності бізнес агентів.



ВНД на душу населення за 2013 р., дол. США.

Рис 1. Показники кореляційної залежності валового національного доходу на душу населення від рівня IDI

У табл. 1 наведено динаміку IDI України за останні роки.

Таблиця 1

Динаміка IDI України, 2008–2013 рр.

Рік	2008	2010	2011	2012	2013
Рейтинг у світі	59	62	69	71	73
Показник IDI	3,83	4,34	4,47	4,97	5,15

Джерело: складене автором на основі [2, 3, 4, 5, 6].

Дані, зазначені в Табл. 1 свідчать про втрату Україною позицій як технологічно орієнтованої країни та все більшу інформаційну вразливість України, а отже, її залежність від світових країн-лідерів у сфері ІКТ.

Показник IDI вказує на виробництво країною продукції з високою часткою доданої вартості, про рівень інноваційної компоненти в структурі галузей країни. На жаль, показник IDI України за дослідний період демонструє технологічну відсталість вітчизняної економіки. Невпровадження сучасних інноваційних процесів та високотехнологічних складових, що базуються на ІКТ, перешкоджає автоматизації виробничих процесів, уповільнює виробничі процеси, призводить до неефективного використання ресурсів та часу, а відтак, й до подорожчання отриманої продукції та її неконкурентоспроможності на світовому ринку.

Список використаних джерел

1. Про схвалення стратегії розвитку інформаційного суспільства України : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80>. – Назва з екрана.
2. Measuring the information society 2014, 2013, 2012, 2011, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.itu.int/en/publications/ITU-D/Pages/default.aspx>

Трубей О.М.,

*к. е. н, доцент кафедри
економіки та фінансів підприємства КНТЕУ*

ПРОЦЕСНІ ІННОВАЦІЇ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ

Сучасні умови ведення бізнесу вимагають активізації інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки. Інноваційна стратегія, дедалі більше, стає невід'ємною складовою загальної корпоративної стратегії. Це в повній мірі стосується і підприємств оптової торгівлі, які балансуючи на межі економічних інтересів виробників і ритейлу, повинні формувати конкретні конкурентні переваги. Оптовий торговельний бізнес сьогодні функціонує в умовах зростаючої швидкості

взаємодії партнерів і переходить у площину режиму реального часу, що об'єктивно обумовлює необхідність запровадження на підприємствах даної галузі торгівлі саме процесних інновацій.

За визначенням Керівництва Осло (Oslo Manual) [1] процесна інновація є впровадженням нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту. Сюди входять значні зміни в технології, виробничому обладнанні та (або) програмному забезпеченні. Процесні інновації можуть мати на меті зниження собівартості або витрат з доставки продукції, підвищення її якості або виробництво чи доставку нових або значно поліпшених продуктів.

Для підприємств оптової торгівлі виняткового значення набувають інновації щодо вдосконалення методів доставки та обробки інформації і об'єднують в собі обладнання, програмне забезпечення та технології, що використовуються в процесі закупівлі та постачання товарів, обслуговування клієнтів тощо.

Одним з основних векторів процесних інновацій в оптовій торгівлі має бути удосконалення або запровадження систем автоматизованої обробки даних щодо роботи з клієнтами та складського товароруку. Запровадження таких інновацій створює засади для підвищення рівня механізації та автоматизації складських операцій; продуктивності праці персоналу; ефективності господарської діяльності суб'єктів оптової торгівлі. Найбільш прийнятною для використання сьогодні є ERP-система (*від англ.* Enterprise Resource Planning System), що є системою планування ресурсів підприємства і призначена для автоматизації обліку і управління на корпоративному рівні. Вона, як правило, будується за модульним принципом і в тій чи іншій мірі охоплює всі ключові процеси діяльності компанії. Концепція ERP сформувалася завдяки розвитку більш простих концепцій MRP (Material Requirement Planning – планування матеріальних потреб) і MRP II (Manufacturing Resource Planning – планування виробничих ресурсів).

Сучасні CRM-системи є багатопрофільними і багатозадачними інструментами, що дають можливість автоматизувати бізнес-процеси, поставити під повний контроль фінансові потоки, ефективно організувати складську і транспортну логістику, контролювати завантаженість персоналу, планувати завдання, здійснювати контролінг реалізації проекту. Але найголовніше, дозволяють побудувати бізнес за потребами клієнта.

Стандартними функціями ERP-системи є: «бек-офісні» функції (фінансовий облік та планування, HRM, консолідація, BI, EAM); функції SCM и SRM (ведення довідника постачальників, довідників з асортименту і цінами для кожного постачальника, управління витратами та інші); функції WMS и TMS (нанесення та зчитування

штрих-кодів, управління структурою складів, інвентаризація та інші); функції управління торговельними об'єктами (ведення довідників з асортименту, управління торговельним устаткуванням, облік та оформлення повернення товару та інше) [2].

До основних можливостей CRM-систем варто віднести: швидкий доступ до актуальної інформації про клієнтів; оперативність обслуговування клієнтів та проведення операцій; формалізація схем взаємодії з клієнтами, автоматизація документообігу; швидке отримання всіх необхідних звітних даних та аналітичної інформації; зниження операційних витрат менеджерів; узгоджена взаємодія між співробітниками і підрозділами.

Ватро зазначити, що впровадження CRM-систем потребує відповідних інвестицій, що є обертається значними витратним для підприємства. Однак, за даними експертів, реальний економічний ефект, які отримують компанії від запровадження даного інструменту управління бізнес-процесами є досить відчутним.

Список використаних джерел

1. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data : Oslo Manual. – Paris : OECD, Eurostat, 2002. – 94 p.
2. Багрій К.Л. Важливість автоматизації обліку фінансових результатів в сучасних умовах господарювання / К.Л. Багрій // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – Випуск 1. – С. 124-129.

Туров М.П.,

к. пед. н.,

*член Президії Товариства винахідників і раціоналізаторів України,
референт Міжнародної академії екології свідомості імені Піфагора*

ПРЕЗЕНТАЦІЯ СУЧАСНИХ ДОСЯГНЕНЬ УКРАЇНСЬКОЇ МЕТОДОЛОГІЇ ВІНАХІДНИЦТВА ЯК ОСНОВИ ПОДАЛЬШОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА І ДЕРЖАВИ

На початку минулого століття перший міністр економіки України Туган-Барановський закликав підприємства активно створювати нові товари. Його послідовник М.Д. Кондратьєв довів, що потрібно завчасно створювати принципово нові винаходи як засіб подолання економічних криз. В освіті того часу Петро Кирилович Енгельмаєр в 1911 році пропонував вчителям навчати учнів винахідництву, надаючи їм знання

та вміння, розвивати здогадливість для забезпечення конкурентної спроможності як умови успіху підприємництва. А що є основою здогадки? В чому її Модус Оптима – міра оптимальна? В чому полягає зміст процесу розв'язування винахідницьких задач та суть його дій? На ці питання відповіді 100 років тому ще не було.

Роботу з пошуку відповідей на ці питання було розпочато П. Енгельмаєром в інституті еврилогії, що проіснував до 1927 року, а продовжено в 1945 році, коли військовому льотчику, винахіднику, інспектору Каспійської військової флотилії з питань винахідництва Г. Альтшуллеру командування надало завдання – навчати винахідництву. Через 9 років відбулось народження теорії винахідництва. 2013 рік став підсумковим у розвитку створеного ним руху з навчання і використання цієї теорії. Відбулись кілька знакових подій. Літня конференція «TRIZfesf-2013» у Києві зібрала представників 13 країн. Фірми США, Південної Кореї, Західної Європи, Малайзії, Фінляндії, Росії та Ізраїлю звітували про її успішне використання. Теорія стала зброєю фірм Самсунгу та Форда, а з вересня її стали вивчати в усіх ВНЗ Кореї. За кордоном її уже вивчають в університетах понад 100 країн. Її евристичні здобутки було також в менеджменті і бізнесі, рекламі. Зокрема в політиці було успішно застосовано у виборчій компанії Підмосков'я. А в Ізраїлі на основі ТРІВЗ розробили аналогічну методологію для розвитку організаційних систем та комп'ютерних програм. За підтримки ДКНТ, МОН і УАБІЦ нашими творчими колективами з 1993 по 2013 р.р. була розроблена методика навчання створенню винаходів та сучасна технологія створення високо-ефективних винаходів «Евроника». Нею на означеній конференції зацікавився навіть директор Інституту теорії винахідництва Кореї. Вона включає: використання Інтернету для збору науково-технічної, патентної і кон'юнктурної інформації, прогнозування техніко-економічних показників, які повинні забезпечити перевагу над конкурентами, причому на довгі роки, постановку і рішення задач по забезпеченню цих показників конструкцією виробів і технологічними процесами їх виготовлення, а також складання описів до патентів на винаходи.

Її величезна перевага над іншими теоріями і методами організації і активізації творчого процесу – в розміщенні евристичних знахідок винахідників всього світу на піраміді розвитку технічних систем, розробленої мною. Піраміда містить 12 етапів, на кожному з яких – від десятка до сотні правил побудови і розвитку техніки з прикладами і логічними рекомендаціями. Тут же можна розмістити і тексти і зображення винаходів – своїх і конкурентів, і чітко побачити

перспективи подальшого розвитку своїх і чужих технологій, устаткування, продукції (товарів), і визначити – в якому напрямі розвивати інноваційний процес. По таких же етапах і з використанням таких же евристик розвиваються всі системи: технічні, економічні, політичні, операційні, художні і природні. Тому її можуть використовувати в своїй творчості дизайнери, програмісти, політики, економісти та ін. Гідна вона і для діагностування винахідницьких здібностей.

Для розповсюдження цієї технології нами було розроблено курс дистанційного навчання за матеріальної підтримки Української асоціації бізнес-інкубаторів і інноваційних центрів та Світового банку, випущено книжки та методичні посібники, навчальні програми та апробовано їх в середніх і вищих навчальних закладах. Проведено експериментальне навчання, зокрема дистанційне. Також доопрацьовано навчально-методичні комплекти циклу базового навчання основам творчої діяльності від дитячого садка до докторантури і підвищення кваліфікації включно. Отриманий досвід їхнього використання вказує, що треба комп'ютеризувати технологію створення високоефективних винаходів «Евроніка», створити відповідні підручники на електронних носіях.

Світовий досвід вказує, що потрібно вводити нову професію «Методолог і організатор інноваційної діяльності» та організувати відповідне навчання.

Список використаних джерел

1. Туров М.П. Інноваційні системи навчання і виховання обдарованої особистості : метод. посіб. / М.П. Туров. – К. : Інфосистем, 2010. – 234 с.

Ущатовський К.В.,

к. е. н., докторант кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою

Харківського національного університету радіоелектроніки

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Реформування електроенергетичної галузі, яке здійснюється в Україні, передбачає з-поміж іншого впровадження сучасних європейських стандартів корпоративного управління державними енерге-

тичними компаніями. До таких стандартів відноситься і дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність – це концепція управління, згідно якої компанії інтегрують зобов'язання за свої дії та їх екологічні і соціальні наслідки у бізнес-операції та враховують їх при взаємодії з зацікавленими особами (найманими працівниками, власниками, суспільством тощо) [1, с. 7].

Заходи корпоративної соціальної відповідальності передбачають задоволення очікувань зацікавлених осіб (як внутрішніх по відношенню до підприємства, так і зовнішніх) залежно від ступеню їх потенційного впливу на бізнес. Слід зазначити, що окремі складові корпоративної соціальної відповідальності можуть бути як нормативно обов'язковими (дотримання вимог щодо охорони праці, обов'язкового соціального страхування, виконання податкових зобов'язань перед бюджетами різних рівнів), так і добровільними. Причому останні набувають як інституціолізованих регулярних форм (наприклад, участь працівників у прибутках, додаткове пенсійне страхування), так і реалізуються у вигляді разових заходів (корпоративна благодійність тощо).

Прийнято розрізняти внутрішню та зовнішню корпоративну соціальну відповідальність. Програми внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності пов'язані, переважно, з розвитком персоналу. Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність передбачає впровадження екологічних програм та програм якості продукції, участь у суспільних освітніх програмах, підтримку наукових досліджень, заходи взаємодії з державними органами, благодійність, спонсорство тощо.

Для державних електроенергетичних підприємств простежується чітка закономірність: чим вище ступінь інституціоналізації прав окремих зацікавлених осіб, тим вище імовірність врахування їх соціальних, економічних, екологічних вимог. Саме цим, на нашу думку, пояснюється той факт, що найбільш системно у практику управління державними підприємствами електроенергетики впроваджено такий аспект корпоративної соціальної відповідальності, як взаємодія з профспілками. Звернемо увагу на те, що положення природної монополії уможлиблює порівняно вищий рівень оплати праці та значний обсяг соціальних гарантій на підприємствах електроенергетики порівняно з промисловістю та економікою у цілому.

Водночас заходи корпоративної соціальної відповідальності, спрямовані на реалізацію суспільних інтересів, майже не поширені. Так, наприклад у ДП «НЕК «Укренерго» не має спеціальної програми

управління якістю, не розроблено заходів щодо основних проблем корпоративної соціальної відповідальності, які випливають з діяльності підприємства: зміна клімату, біорізноманіття, використання поновлюваних джерел енергії, гарантія та якість енергопостачання, рівність можливостей, корупція і хабарництво, нестача природних ресурсів тощо. Закритою і непрозорою є інформація про ціноутворення.

Проте інтеграція принципів корпоративної соціальної відповідальності в управлінську культуру державних електроенергетичних підприємств пов'язана з чималими труднощами. Як правило, управління такими підприємствами здійснюється відповідно до чинного законодавства, яке наголошує на необхідності дотримання лише окремих складових соціальної відповідальності – безпеки праці, стабільності зарплатні, додаткового страхування робітників, навчання та підвищення кваліфікації. Вихід за межі законодавства, розширення сфери корпоративної соціальної відповідальності розглядаються не як додаткові можливості та конкурентні переваги (підвищення продуктивності, залучення інвесторів), а як додаткові необґрунтовані витрати. Закріпленню хибної філософії управління сприяє і витратний принцип ціноутворення: будь-які не пов'язані безпосередньо з виробничим процесом витрати є небажаними, такими, які важко узгодити з державними органами, відповідальними за регулювання цін.

Список використаних джерел

1. Corporate Social Responsibility. National Public Policies in the European Union [E-resource] / Compendium 2014 // European Union. – Access mode : <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12899&langId=en>.

Федірко О.А.,

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

ТЕНДЕНЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЄС

Сучасна мережева економіка, що базується на знаннях характеризується нерівномірністю географічного розподілу інтелектуального потенціалу. Навіть у розвинених європейських країнах ресурси науки тяжіють до надмірної локалізації: у Франції, зокрема, в столичному регіоні Іль-де-Франс сконцентровано 48% зайнятих в сфері науки, у

Великобританії 40% загальної кількості наукових співробітників працюють в Лондоні та його передмісті, в італійському Мілані зосереджено 33% наукових працівників, в Іспанії у Мадриді та у Барселоні – 32% та 29% відповідно [1, с. 16]. Все це обумовлює необхідність поглибленого дослідження тенденцій регіонального інноваційного розвитку, а також умов і факторів формування локального інноваційного потенціалу в ЄС.

Інтегральне оцінювання регіонального інноваційного розвитку в ЄС здійснюється за допомогою ряду методик, серед яких – регіональне інноваційне табло та регіональний інноваційний монітор. Комплексна оцінка розвитку регіонів на основі регіонального інноваційного табло дозволяє чітко ідентифікувати регіони-інноваційні лідери, характерними рисами яких є перевищення на 30% середнього рівня по ЄС обсягів приватних витрат на науку, питомої ваги інноваційних МСП, заявок на отримання патентів та частки МСП, що здійснюють технологічні інновації [2].

Регіональний інноваційний монітор ЄС дозволяє визначити не лише рівень, але й характер інноваційної діяльності регіонів. На основі восьми індикаторів інновацій, об'єднаних у три групи чинників («інноваційне підприємництво», «технологічні інновації» та «громадські знання») сформовано сім груп регіонів. Перша група – «збалансовані інноваційні регіони» – включає 42 регіони ЄС (ключові інноваційні регіони Нідерландів, Бельгії, Данії, Північної Німеччини, Південної Великобританії, а також кілька регіонів в Австрії та Італії), середнє значення усіх показників яких значно перевищує середні показники для 203 регіонів ЄС, що аналізуються. Найвищими в цій групі є показники інноваційного підприємництва та витрати освітніх закладів на НДДКР. Друга група – «регіони, що абсорбують знання» – включає 49 регіонів, більшість з яких розташовані у країнах Східної Європи та Південної Італії. Значення усіх показників регіонів цієї групи є нижче середнього, при цьому найнижчим з-поміж усіх регіонів є рівень інноваційного підприємництва. Для групи регіонів «з переважанням громадського фінансування знань» характерний високий відносний рівень урядових витрат на науку та рівень освіченості населення. Географічна дислокація 21 регіону цієї групи є доволі розосередженою по всій території Європи, включаючи як значну кількість столиць (Мадрид, Рим, Лондон, Берлін, Прага, Бухарест), так і периферійні регіони у Східній Німеччині, Шотландії та Південній Франції. Четверта група – «абсорбуючі знання інноваційні регіони» – має найвищий середній бал за показниками

інноваційного підприємництва за одночасно низького рівня технологічних інновацій. 19 регіонів цієї групи розташовані переважно у Португалії та Греції. П'ята група «індустріалізовані інноваційні регіони» характеризується високим рівнем технологічних інновацій за одночасно низького рівня інноваційного підприємництва (регіони Франції, Іспанії, Ірландії, деякі регіони Швеції, а також старі промислово розвинені регіони Німеччини та Великобританії). Шоста група «високотехнологічні регіони з інноваційним підприємництвом» є найбільш інноваційною групою регіонів, про що свідчить найвищий рівень значення фактору «технологічні інновації» за одночасно найнижчої частки ненаукових інноваційних витрат. Доволі розвиненим є інноваційне підприємництво (до групи належить 12 європейських регіонів, розташованих у Південній Німеччині, Фінляндії, Швеції, Східній Англії та на Півночі Нідерландів). Група «регіонів з інноваційним підприємництвом» характеризується високим рівнем інноваційного підприємництва та технологічних інновацій за одночасно найнижчого рівня державного фінансування економіки знань (11 регіонів Австрії та Північної Італії) [3].

Сучасна регіональна інноваційна політика ЄС базується на врахуванні особливостей регіональних інноваційних систем та розбудові пан-європейських технологічних платформ.

Список використаних джерел

1. Koschatsky K. The Regionalization of Innovation Policy in Germany / Knut Koschatsky. – Karlsruhe: Fraunhofer Institute, 2000. – 28 с.
2. European Commission Regional Innovation Scoreboard 2014 [Електронний ресурс] // Technopolis Group. – 2014. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/news/pdf/2014_regional_union_scoreboard_en.pdf.
3. Regional Innovation Monitor Plus 2013 – 2014 – Brussels: Technopolis Group, 2014. – 102 с.

Лівечко Л.Г.
факультет економіки, менеджменту і права
5 курс, 16 група
Науковий керівник: Федулова Л.І.,
д.е.н., професор кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ПРИ ВИВЕДЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА РИНОК

В ХХІ-му столітті інноваційний розвиток став пріоритетним не лише для окремих країн, а для світової економіки загалом. В контексті глобалізації та інтеграційних процесів необхідною умовою конкурентоспроможності економіки країни є перехід від сировинної моделі розвитку до економіки інноваційного соціально орієнтованого типу.

Сьогодні прогресивною тенденцією в ринковій економіці є значне зростання частки сфери послуг в структурі ВВП країн, а також кількість зайнятих в цій галузі. Економіка знань сьогодні сприяє появі диверсифікованих інноваційних послуг в усіх секторах економіки. Поширюється тенденція надання нових послуг з високою ємністю знань, носіями яких є вчені, менеджери, викладачі, аналітики та ін. Інноваційні послуги – це якісно новий шлях інноваційного розвитку підприємств, соціальних інновацій та соціально-орієнтованого управління. Це шлях покращення рівня сервісу в країні.

Існує думка, що сучасні технології перетворили сервіс, в якому раніше виробництво було невіддільне від споживання, в послугу, якою можна скористатися в будь-який час і в будь-якому місці [1]. В цьому контексті, як показують дослідження, інноваційні послуги, що створюють нові ринки, відрізняються між собою за двома основними критеріями: (1) за типом вигоди чи користі, яку вони приносять споживачеві; (2) за рівнем відособленості послуги. У першому випадку бізнес породжує інновації шляхом пропозиції нової значимої послуги або нового способу її надання. Другий критерій стосується того, чи повинна послуга бути здійснена і надана в один і той же час.

В умовах скорочення часу протікання інноваційних та виробничих циклів, оперативність і економічна ефективність є критичним фактором. Тому використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що дозволяють створювати віртуальні середовища, які доповнюють, а інколи й змінюють реальну інфраструктуру, стає

необхідною умовою при створенні національних інноваційних систем [2] й, відповідно, інноваційної системи підприємства.

Відкриття стає інновацією лише тоді, коли отримує певне визнання в суспільстві. Тут важливе значення має інноваційна активність, як продавців так і покупців послуг. Далеко не всі винаходи стають інноваціями, більшість з них залишається на початковому етапі. І лише незначна їхня частка стає визнаним інноваційним продуктом на рівні регіону чи світу. Тому, зважаючи на новаторство в сфері послуг, необхідним є використання стратегічного підходу в процесі виведення інноваційних послуг на ринок. Адже саме успішно вибраний курс на конкретний тип ринку стає визначальним для інновації.

Стратегічний підхід на рівні підприємства передбачає виконання ряду алгоритмів, розробки планів, програми та здійснення комплексу дій щодо безпосереднього виведення послуги на ринок, а також подальших процедур, спрямованих на утримання та поповнення клієнтської бази. Слід зазначити, що зовнішні фактори впливу досить часто стають в Україні наріжним каменем успішної комерціалізації. Тому, першочерговим завданням є формування дієвої національної інноваційної системи та ефективної інноваційної інфраструктури як її складової.

Практика показує, що ефективність процесів виведення нових товарів формується на мікрорівні, тому актуальними напрямками досліджень визначаються проблеми інноваційного розвитку підприємств, що обумовлено необхідністю формування науково-методичного інструментарію, спроможного реалізувати можливість опису стратегії підприємства стосовно виведення продуктів на ринок та механізмів її реалізації. Зазначені питання актуалізуються ще й тому, що в умовах посилення курсу на євроінтеграцію, перед керівництвом вітчизняних підприємств постає завдання якнайшвидше ідентифікувати методологічний та практичний досвід інноваційного менеджменту країн ЄС та гармонізувати свою політику згідно його положень.

Список використаних джерел

1. Паливода О.М. Тенденції розвитку інноваційних послуг у ринковій економіці / О.М. Паливода, О.В. Островська // Технології та дизайн. – 2014. – № 1 (10). – С. 1–11.
2. Hedstrom M., King J. L. Epistemic Infrastructure in the Rise of the Knowledge Economy Kahin, B. and Wycoff, A. (Eds.) Advancing Knowledge in the Knowledge Economy, MIT Press, 2005.

ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Перехід сфери торгівлі на інноваційний шлях розвитку означає, що інновації мають охоплювати не лише створення нових технологій, їх упровадження у процес надання послуг, але й просування продукції на ринку, адекватну комунікаційну інфраструктуру.

В якості провідних тенденцій розвитку роздрібно торгівлі в світі визнано наступне: поява нових форм торгівлі та їх комбінація; зростання роздрібних гігантів; нові технології просування товару на ринок; вихід великих компаній на світовий ринок; пропозиція досвіду; конкуренція між різними формами продажів. Тенденції проявляються, насамперед, в інвестуванні роздрібних компаній у сферу послуг; позиціюванні роздрібних компаній у ролі маркетологів світового рівня; посиленні процесу коммодитизації і розвитку роздрібних нішевих продажів; багатоканальній інтеграції; посиленні уваги до системи торгівельного обслуговування покупців.

Інноваційний розвиток сучасного торгівельного підприємства передбачає в центрі уваги інтелектуальний капітал, що визначає конкурентоспроможність його економічної системи. За таких умов проявляються відмінності сучасного торгівельного підприємства: гнучка робоча сила, людські ресурси – головна цінність компанії, мережева структура організації діяльності, співробітники – інвестиційний ресурс.

У цьому контексті, серед основних напрямків інноваційної діяльності у сфері торгівлі можна виокремити наступні: нові технології, що дозволяють відкрити додаткові можливості диференціації стратегій у сфері послуг торговельних організацій; інформаційно-комунікаційні технології для вивчення й обліку індивідуальних особливостей покупця, оцінки цінностей клієнта; інформаційні технології, у т.ч., Інтернет, що дозволяють взаємодіяти з клієнтом у будь-якому місці й у будь-який час, здійснюють просування, стимулювання збуту в торговельному бізнесі більш високого рівня завдяки створенню сучасної системи віртуальної реальності.

В останні роки прискорюється формування міжнародної логістичної інфраструктури: супутниковий зв'язок, нові навігаційні системи,

нові види транспортних засобів (потужні океанські лайнери, високошвидкісні аеробуси й т.і.), розширюються її масштаби й змінюється структура. На базі електроніки, системи Інтернет, космічних супутників зв'язку поступово формується глобальний кіберпростір, глобальна система телекомунікацій, планетарна інформаційна мережа.

Сучасні ІТ-продукти спрямовані на корегування й оптимізацію як внутрішніх, так і зовнішніх бізнес-процесів. Найбільш важливими є технології автоматизації відносин з покупцями й налагодження безпосередньо торговельної діяльності у всіх її проявах. А для того, щоб така мережа могла успішно функціонувати й розвиватися, торговельній організації потрібно користуватися найбільш сучасним устаткуванням і програмно-інформаційним забезпеченням. Практика застосування подібних систем за кордоном показала, що після їхнього впровадження продуктивність праці торговельних працівників підвищується в середньому на 10–20 %.

На сьогоднішній день у світі існує майже 10 млрд устроїв, які можуть виходити в Інтернет. Три фактори, які впливають на майбутнє онлайн-ритейла, і які змінять всю торгівлю в принципі: соціальна інтеграція, локалізація й мобільність. Світові лідери ритейла мають величезну кількість передплатників: середнє значення по Facebook – 3,1 млн чол., максимальна кількість – 18,6 млн. В Walmart на сьогоднішній день зареєстровано уже понад 22 млн. передплатників

Ритейлери, щоб одержати додаткові конкурентні переваги, шукають можливості за межами свого основного бізнесу. Для цього вони використовують найсучасніші онлайн-технології, що дозволяє усунути розрив між традиційними й онлайн-покупками, стратегічно підходити до аналізу інформації про продажі, щоб найкраще відповідати потребам і бажанням споживачів.

Завдяки такому динамічному, інтегрованому виду торгівлі, що одержав назву «Інтернет речей» (Internet of Things), у ритейлерів з'явилася можливість охопити всі основні аспекти взаємодії з покупцем. Компаніям доводиться будувати інфраструктуру для підтримки міжособистісних (P2P), міжкомп'ютерних (M2M) зв'язків і зв'язків між людиною й комп'ютером (M2P) за допомогою Інтернету й хмарної технології та використовувати передові аналітичні технології для одержання значимої інформації з даних інтегрованих систем.

АЛОКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ: СКЛАД ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ

Дефіцит власного оборотного капіталу, підвищення вартості та складності залучення зовнішніх фінансових ресурсів, нестабільність валютних курсів, загострення конкуренції на основних ринках товарів та послуг, погіршення характеристик платоспроможного попиту, збільшення рівня асиметричності інформації, скорочення кількості ключових контрагентів внаслідок їх банкрутства призводять до виникнення в господарській діяльності вітчизняних підприємств кризових явищ, переважно локального характеру, та отримання ними збитків і втрат власного капіталу.

Потреба у подоланні кризового стану підприємств спричиняє використання їх власниками та керівниками спеціальних стратегій антикризового управління підприємством, які спрямовані на локалізацію кризових явищ в його діяльності, відновлення життєздатності та недопущення банкрутства. В межах антикризового управління вітчизняними підприємствами набуває все більшого поширення використання алокаційних інновацій, зміст яких полягає в реконструкції основних чинників функціонування підприємства.

Впровадження алокаційних інновацій не має прямого впливу на збільшення обсягів прибутку та грошових потоків від операційної діяльності підприємства. В той же час, алокаційні інновації є необхідною передумовою реалізації всіх інноваційних проєктів продуктового та процесного типів, які спрямовані на збільшення (забезпечення стабільності) обсягів реалізації та доходів, зниження собівартості продукції [1, с.15; 2].

Основними алокаційними інноваціями є:

- реструктуризація активів підприємства: продаж основних засобів, які не використовуються; реструктуризація інвестицій (продаж об'єктів незавершеного будівництва, деінвестування з об'єктів фінансового інвестування); реалізація надлишкових товарно-матеріальних цінностей (за умови економічної доцільності з огляду на інфляційну складову); рефінансування простроченої (сумнівної) дебіторської заборгованості;

- реструктуризація капіталу: рекапіталізація, реструктуризація боргів (конвертація боргу у власність, взаємозалік заборгованостей, «відступне»), реорганізація боргів;
- реорганізація підприємства: злиття, поглинання, виділення (створення дочірніх підприємств), поділ, зміна організаційно-правової форми господарювання;
- реновація документообігу, регламентів управлінської діяльності;
- раціоналізація системи управління персоналу (за рахунок внутрішніх переміщень, перерозподілу відповідальності), кадровий аутсорсінг, реновація форм і систем мотивації персоналу та оплати праці;
- приведення організаційної структури підприємства у відповідність до його фінансової структури;
- реінжиніринг бізнес-процесів.

Зазначені алокаційні інновації не є альтернативними, в межах антикризового управління їх впровадження може відбуватись одночасно, що може забезпечити посилення ефекту від їх реалізації в майбутньому.

Впровадження алокаційних інновацій в процесі антикризового управління підприємством визначається наступними відмінностями: потреба узгодження інструментів з ключовими стейкхолдерами; складність залучення зовнішніх інвестицій; необхідність розширення компетентностей у відповідальних осіб за реалізацію інновацій та додаткове залучення фахівців, які мають знання та досвід їх впровадження; суттєві ресурсні обмеження, що пов'язані з складністю залучення додаткових ресурсів, зокрема фінансових; суттєві часові обмеження, що визначаються потенційними агресивними діями кредиторів та виникненням загрози порушення справи про банкрутство; підвищена ризикованість управлінських рішень у зв'язку з високим ступенем напруженості господарської системи; індивідуальність складу інструментів управлінського впливу, що обумовлюється рівнем кризовості розвитку підприємства; потреба забезпечення швидкої адаптації персоналу до змін, які впроваджуються; високий рівень конфліктогенності всіх груп зацікавлених осіб; потреба трансформації управління за відхиленнями в управління змінами.

Інноваційні алокації мають бути системними, комплексними та взаємоузгодженими, що забезпечить досягнення очікуваного ефекту від їх реалізації та цільових параметрів антикризового управління.

Список використаних джерел

1. Коротков Э.М. Антикризисное управление : учеб. пособие / Э.М. Коротков. – Ч. II. – М. : ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 2001. – 71 с.
2. Прохорова В.В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В.В. Прохорова, В.І. Ярмолук // Економіка і управління. – 2013. – № 2. – С. 28–33.

Хлоп'як С.В.,
асистент кафедри готельно-ресторанного та
туристичного бізнесу
КНТЕУ

ІННОВАЦІЇ У КУЛЬТУРНОМУ ТУРИЗМІ

Підтримка інноваційного розвитку вітчизняної туристичної сфери як один з ключових факторів забезпечення її міжнародної конкурентоспроможності особливої актуальності набуває сьогодні у галузі культурних обмінів, здатних сприяти ефективній інтеграції країн і територій до загальносвітових глобалізаційних процесів та формуванню сучасного інформаційного суспільства. За визначенням Всесвітньої туристичної організації ООН, культурний туризм являє собою «переміщення людей на основі культурних мотивацій, що містить у собі пізнавальні тури, знайомство з виконавськими мистецтвами, подорожі на фестивалі та інші культурні заходи, відвідування визначних місць, поїздки для знайомства із природними, етнографічними, художніми і релігійними пам'ятками». Культурний туризм постає одним з найбільш ефективних засобів розширення взаємодії представників різних культур, практичним методом виробки принципів співробітництва на міжнародному рівні, каналом розповсюдження освітніх моделей, орієнтованих на відкритість та мобільність. В той же час саме культурний туризм здатний зменшувати негативні ефекти глобалізму, надаючи мандрівникам можливість познайомитися з унікальним внеском кожного народу у світову культуру.

Попри те, що пошук інноваційних рішень у культурному туризмі є значною мірою детермінованим нормативно-правовими рамками, особливостями економічної та політичної ситуації в країні та світі, об'єктивними межами технологічних досягнень науково-технічного прогресу тощо, зростаюча популярність програм культурного дозвілля

та унікальна різноманітність його форм і проявів відкривають для туристичних компаній широкі можливості для реалізації власного творчого потенціалу у розробці організаційних, дослідницьких та інших заходів, спрямованих на постійне удосконалення та оновлення пропонуваного туристичного продукту.

Інноваційна діяльність у культурному туризмі здійснюється у декількох основних напрямках:

1. *Організаційно-управлінські інновації*. Зокрема, пошук нових форм організаційно-економічного співробітництва з закладами культури – музеями, театрами, концертними залами, історико-культурними заповідниками; використання нових маркетингових методів роботи на спеціалізованих ринках; утворення вертикальних та горизонтальних об'єднань туристичних підприємств відповідного профілю та кластерів історико-культурного туризму.

2. *Продуктові інновації*, сутність яких полягає у розробці нових туристичних продуктів і послуг в сегменті культурного туризму: від створення креативних екскурсійних тем до організації великих івент-заходів (фестивалів, карнавалів, театралізованих шоу) і навіть появи нових видів туризму. Помітними подіями останнього часу стали пропозиції світових туристичних операторів в галузі експедиційного, кінематографічного, «похмурого» туризму. До інновацій цього типу слід віднести також формування спеціальних історико-культурних територій, в першу чергу, тематичних парків, які на обмеженому просторі поєднують велику кількість розважальних об'єктів з наскрізною пізнавальною тематикою (парки мініатюр, скансени, технологічні та футуристичні парки та ін.).

3. *Ресурсні інновації*, а саме залучення до туристичного обороту культурних ресурсів, які раніше в туризмі не використовувалися: території нових археологічних розкопок, місця техногенних катастроф, закриті донедавна населені пункти, об'єкти вуличного мистецтва, райони компактного проживання малих етнічних груп з особливим традиційним укладом життя.

4. *Технологічні інновації* – розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, впровадження комп'ютерних (інформаційних) технологій до процесу роботи з туристами, нововведення в системі транспортних перевезень. Наведемо приклади лише деяких з них в окремих видах культурного туризму:

- екскурсійний туризм – багатофункціональні аудіо- та радіо-гід з можливостями ручного та автоматичного запуску; GPS-екскурсоводи, здатні відтворювати коментарі та оголошення

через штатні аудіосистеми та екрани у салоні транспортного засобу; додатки до мобільних пристроїв з системами туристичної навігації та інтерактивними путівниками;

- музейний туризм та музейна справа – електронні експозиції, відеоінсталяції, інформаційні зони, 3D-моделі, віртуальні експонати, системи відеоконференції, інтернет-трансляції, музейні магазини у глобальній мережі.

Варіативність та багатовимірність інноваційної діяльності у культурному туризмі відкриває перед цим сегментом туристичної галузі великі перспективи. Вже зараз кожний четвертий турист у світі подорожує з культурно-пізнавальними цілями. На думку експертів, їх кількість надалі тільки зростатиме.

Хринюк О.С.,

к. е. н., доцент

НТУУ «Київський політехнічний інститут»

ІННОВАЦІЇ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Економіка підприємств перебуває в нестабільному фінансовому стані, викликаному військовими, політичними та економічними проблемами. Ці та подібні виклики вимагають підвищеної уваги до вдосконалення структури фінансових потоків, зміни пріоритетів в управлінні підприємствами, зміцнення їх економічної безпеки.

Прискорення господарських операцій, високий динамізм розвитку зв'язків між контрагентами породжують їх залежність, загострення фінансових та інших ризиків, посилюють значення та важливість управління відносинами господарюючих суб'єктів. Здійснення господарської діяльності, реалізація виробленої продукції, наданих послуг визначають фінансовий стан підприємств і є основою руху грошових потоків. Часто ознаками такого руху є нерівномірність потоків в часі та просторі, різна інтенсивність, значна ризикованість та конфлікт інтересів, незбалансованість з потребами фінансових ресурсів.

На протидію цим негативним процесам слід пропонувати управлінські інновації в механізмі управління взаєморозрахунками, що має безпосередній вплив на економічну безпеку підприємств.

Механізм управління дебіторською заборгованістю може мати принаймні три рівні прояву:

1) низький рівень, що проявляється у відсутності виконавчої ланки, недоведенні завдань до виконавців, відсутності повноважень та можливостей впливу на параметри дебіторської заборгованості і т.п.;

2) дієвий рівень, на якому спостерігається послідовне виконання завдань по формуванню партнерських стосунків господарюючих суб'єктів через встановлення, регулювання та контроль рівнів та обсягів допустимої дебіторської заборгованості, її своєчасну інкасацію та рефінансування;

3) недосконалий рівень, при якому існують проблеми із захистом інтересів підприємств, нарощується сумнівна та безнадійна дебіторська заборгованість, списується її значна частина, наносяться великі збитки.

В залежності від рівня діагностики вказаного механізму мають прийматися заходи щодо його побудови чи поліпшення.

Вдосконалення механізму управління дебіторською заборгованістю в контексті забезпечення економічної безпеки підприємств потребує вирішення ряду питань щодо актуалізації нових аспектів та способів управління економічними відносинами з контрагентами в процесі поточної діяльності з приводу формування договірних умов купівлі-продажу товарів та здійснення розрахункових операцій.

Певною новелою може виглядати привертання уваги до питання формування організаційно-економічних інструментів та факторів впливу на бажаний стан дебіторської заборгованості, серед яких слід виділити:

1) відповідний кваліфікаційний рівень суб'єктів управлінських дій – фахівців підприємств та їх обізнаність з проблемою;

2) аналіз та сегментація корпоративних клієнтів за фінансовим станом і, зокрема платоспроможністю та надійністю;

3) прийняття індикаторів нормального стану дебіторської заборгованості та визначення їх допустимих меж;

4) наявність внутрішніх регламентів по роботі з дебіторами;

5) наявність стандартних комплектів управлінських дій по відношенню до контрагентів, що створюють різні типи дебіторської заборгованості;

6) використання сучасного арсеналу різних форм рефінансування дебіторської заборгованості;

7) постійне вивчення, виділення та оцінка макро- та мікрофакторів впливу на рівень та обсяги боргових зобов'язань клієнтів та партнерів, а також специфіки їх взаємодії;

8) командну роботу спеціалістів економічного та юридичного профілю з метою виявлення ранніх тенденцій змін у товарних чи фінансових відносинах.

В якості управлінських інновацій можна виділити наступні принципи, які мають втілюватися в механізмі управління дебіторською заборгованістю:

- принцип ефективного регулювання взаємовідносин;
- принцип збалансованості інтересів контрагентів;
- принцип дотримання умов договірних відносин з контрагентами;
- принцип системного вирішення питань неплатежів;
- принцип швидкого реагування на претензійні та конфліктні ситуації.

Вирішення цих проблем вимагає ефективної політики управління дебіторською заборгованістю.

Цибульов П.М.,
*д.т.н., професор Інституту
інтелектуальної власності НУ «ОЮА»*

БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВОЇ І НАУКОВО- ТЕХНІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Бюджетне фінансування науки є ключовим державним інструментом, за допомогою якого здійснюється підтримка діяльності організацій державного сектору науки, університетів, регулюється розвиток пріоритетних напрямків науки, технологій і техніки. Стан наукового та інноваційного потенціалу і, в кінцевому підсумку, його результативність для економіки країни, визначається достатністю коштів, необхідних для виконання конкурентоспроможних досліджень і розробок, що мають попит як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також ефективністю їх використання.

Одним із основних важелів здійснення державної політики у сфері наукової та науково-технічної діяльності є бюджетне фінансування [1, ст.34]. Для української науки бюджетне фінансування має вирішальне значення, враховуючи високу частку державних наукових організацій, основним джерелом фінансування яких є державний бюджет.

Згідно закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність», держава повинна забезпечувати бюджетне фінансування наукової та науково-технічної діяльності (крім видатків на оборону) у розмірі не менше 1,7 відсотка валового внутрішнього продукту України.

Реально видатки бюджету на науку є значно меншими, ніж 1%, і за останні роки мають тенденцію до подальшого зменшення. За даними [2] вони складають всього 0,232% від валового внутрішнього продукту, що на порядок менше, ніж у США (2,7%) та Японії (3,5%) [3].

Видатки на наукову і науково-технічну діяльність є захищеними статтями видатків Державного бюджету України. Бюджетне фінансування наукової і науково-технічної діяльності здійснюється шляхом фінансування основної діяльності державних наукових установ, наукових досліджень вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації, фінансування окремих наукових і науково-технічних програм, проектів та надання грантів [1, ст.34].

Аналіз бюджету України на 2014 рік показав, що ці видатки розподілені між 33 головними розпорядниками бюджетних коштів у такому співвідношенні (див. таблицю).

Таблиця

Розподіл бюджетного фінансування наукової і науково-технічної діяльності в Україні у 2014 році між головними розпорядниками бюджетних коштів [2]

№ пор.	Головний розпорядник бюджетних коштів	Сума, тис. грн	%	Цільове призначення коштів
1	Національна академія наук України	2 379 955	64,1	Фундаментальні дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки
2	Національна академія аграрних наук України	404 415	10,8	Фундаментальні дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки
3	Міністерство освіти і науки України	291 539	7,9	Дослідження, наукові та науково-технічні розробки
4	Національна академія медичних наук України	234 971	6,3	Фундаментальні дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки
5	Академія педагогічних наук України	110 181	3,0	Фундаментальні дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки
6	Національна академія правових наук України	20 797	0,6	Фундаментальні дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки
7	Інші розпорядники	270 783	7,3	Прикладні наукові і науково-технічні розробки в галузі
	Всього:	3 712 641	100	

Таким чином, при загальному обсязі бюджету України на 2014 рік 441 587 119 тис. грн [2], бюджетне фінансування науки у 2014 році складає всього 0,871% від бюджету України.

У жовтні 2012 р Кабінетом міністрів України була прийнята «Концепція реформування системи фінансування та управління науковою і науково-технічною діяльністю» [4], в якій визначено, що проблему підвищення рівня результативності наукових досліджень і науково-технічних розробок неможливо вирішити виключно шляхом збільшення обсягів бюджетного фінансування, яке спрямовується переважно на утримання наукових установ без урахування ефективності їх діяльності. Але з того часу змін на краще не відбулося.

Бюджетне фінансування науки здійснюється через механізм державних закупівель, що працює в умовах відсутності дієвих нормативно визначених процедур конкурсного відбору наукових проектів і програм для фінансування, прогнозування і планування держзакупівель, моніторингу отриманих результатів і їх ефективності, а також контролю виконання закупочних державних контрактів. Цей механізм не передбачає залежності обсягу фінансування від ефективності наукової і науково-технічної діяльності наукової установи і, як наслідок, не сприяє підвищенню такої ефективності.

Для того, щоб підвищити ефективність фінансування науки, необхідно принципово змінити механізм її фінансування таким чином, щоб суттєво підвищити роль конкурсного фінансування. Це можна зробити, якщо загальну суму бюджетного фінансування розділити на дві частини: базове фінансування і конкурсне фінансування, одночасно змінивши поняття базового фінансування.

Згідно закону [1, ст.34] «базове фінансування надається для забезпечення:

фундаментальних наукових досліджень; найважливіших для держави напрямів досліджень, у тому числі в інтересах національної безпеки та оборони; розвитку інфраструктури наукової і науково-технічної діяльності; збереження наукових об'єктів, що становлять національне надбання; підготовки наукових кадрів».

Таке трактування базового фінансування консервує застарілу, не ефективну систему фінансування науки, зводячи конкурсне фінансування до не визначального доповнення базового фінансування.

На наш погляд, базове фінансування повинно включати тільки витрати на поточне забезпечення наукової інфраструктури та майна, у тому числі будівель, обладнання і матеріалів, оплату праці адміністративного та обслуговуючого персоналу, а також інформаційний

супровід науково-технічної діяльності державних наукових установ. Наприклад, така норма міститься в Законі Республіки Казахстан «Про науку» [5, ст. 25]. Базове фінансування може здійснюватися за існуючим механізмом через головних розпорядників бюджетних коштів.

Різницю між загальним обсягом бюджетного фінансування науки і базовим фінансуванням доцільно розподіляти між науковими проектами і програмами через Національний науковий фонд виключно на умовах відкритого і прозорого конкурсу. Такий механізм фінансування науки, не змінюючи загального обсягу її фінансування, суттєво підвищить конкуренцію між науковими установами за кошти бюджету. В результаті сильніші стануть більш сильними, а слабкі закономірно зійдуть з дистанції.

Слід зазначити, що запропонований механізм фінансування пов'язаний із суттєвими ризиками:

1. Цей механізм буде працювати тільки за наявності незалежної, високопрофесійної і прозорої експертизи проектів і програм. Існуючі експертні ради, до складу яких переважно входять директори академічних інститутів і проректори університетів, не відповідають цим вимогам. До експертних рад повинні входити вітчизняні науковці світового рівня, що користуються авторитетом серед наукової спільноти, а також авторитетні європейські науковці.

2. Можуть збанкрутувати не конкурентоздатні, але важливі для держави наукові установи. Можливо, як виняток, фінансувати їх діяльність за окремим рядком бюджету.

3. Одночасне введення цього механізму суттєво збільшить безробіття серед науковців. Тому його введення повинно бути поступовим, наприклад, шляхом щорічного збільшення конкурсного фінансування на 10%, а також за умови планової підготовки нових робочих місць для науковців у стартапах.

Висновки

1. Існуюча система бюджетного фінансування науки не ефективна і веде до прогнозованого зменшення ефективності української науки.

2. Для підвищення ефективності вітчизняної науки необхідно суттєво змінити механізм її фінансування, змістивши акценти з базового на конкурсне фінансування, змінивши одночасно поняття базового фінансування.

Список використаних джерел

1. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України №1977-ХІІ, із змінами від 19 грудня 2006 р.
2. Про Державний бюджет України на 2014 рік : Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2014. – № 9. – Ст. 93.
3. Россия и страны мира. 2010 : стат. сборник [Текст]. – М. : Росстат, 2010.
4. Концепция реформирования системы финансирования и управления научной и научно-технической деятельностью : Распоряжение Кабинета министров Украины от 8 октября 2012 г. № 780-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2012-%D1%80#n8>

Чаюн І.О.,

*к.е.н, доцент кафедри економіки
та фінансів підприємства КНТЕУ*

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Традиційні підходи до оцінки ефективності управління підприємством, що базуються виключно на використанні фінансових результатів діяльності, найчастіше не призводять до майбутнього зростання економічної цінності організації. До цього висновку прийшло дослідження, проведене всесвітньовідомою аудиторсько-консалтинговою компанією KPMG Peat Marwick , яка провела ґрунтовне вивчення питання ефективності управління та пошуку інструментів та шляхів, що забезпечать її підвищення. Учасниками досліджень були менеджери великих компаній, що представляють різні галузі діяльності, які на протязі року займалися визначенням моделі оцінки ефективності та її вдосконалення.

В результаті була розроблена модель оцінки ефективності діяльності, що базується на чотирьох основних проекціях – фінанси, маркетинг, внутрішні бізнес-процеси, зростання. Таким чином система отримала назву Balanced Scorecard (BSC) – система збалансованих показників ефективності.

У теперішній ця система є найбільш інноваційним інструментом комплексної оцінки діяльності підприємства, що використовується багатьма провідними компаніями світу.

Безумовні переваги системи збалансованих показників ефективності для впровадження в економічне управління діяльністю українських підприємств є наступне.

По-перше, система є основою для розробки та впровадження бюджетного управління підприємством, ґрунтованого на збалансуванні стратегічних та поточних цілей діяльності підприємств.

По-друге, система дозволяє мати дієвий обліково – аналітичний інструментарій для оперативного прийняття управлінських рішень, направлених на досягнення поставлених завдань, надає більше можливостей, ніж традиційні моделі оцінки.

По-третє, вона виходить за рамки простої системи оцінки, відкриває нові можливості в якості інструментарію комунікації бачення стратегічних перспектив підприємства. BSC ефективно виконує функції доведення до співробітників різного рівня управління стратегічних планів та ініціатив компанії.

Четверте, застосування системи збалансованих показників дозволяє ефективно відслідковувати виконання стратегічних ініціатив шляхом визначення ключових процесів, що впливають на досягнення бажаного результату, та оцінювати їх ефективність.

Наступне – як інструмент управління система дає можливість встановлювати індивідуальні, колективні та корпоративні цілі, доводити їх до уяви співробітників та управлінців різного рівня, оцінювати досягнення поставленої мети через використання збалансованої системи вимірювання ефективності, отримувати швидкий зворотній зв'язок.

Основною причиною розробки та створення системи збалансованих показників ефективності (Balanced Scorecard) стала наростаюча потреба в визначенні критеріїв майбутнього та поточного потенціалу різноманітних підприємств та об'єднань, пов'язаних з перспективами розвитку та зростання, сфокусованих як на фінансові , так і на не фінансові показники. Дана система також використовується для оцінки інвестиційної привабливості компанії, передбачає включення не фінансових показників як індикаторів фінансових можливостей підприємств.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКТОВИХ ІННОВАЦІЙ

Управління продуктовими інноваціями – одне з найбільш складних завдань в реалізації конкурентних стратегій бізнесових структур, а розробка і реалізація нового продукту можуть стати дуже ризикованою справою. Третина усіх нових продуктів, запущених в комерційне виробництво, терпить невдачу на ринку через безліч причин. Якщо вірогідність провалу продукту велика, а пов'язані з цим витрати високі, то закономірно виникає питання: чому компанії витрачають такі значні ресурси на розробку нових продуктів? Відповідь очевидна: за рахунок нових продуктів асортимент компаній повинен безперервно оновлюватися, щоб вона утримувала і підвищувала об'єм прибутку. Якщо фірма хоче зберегти свою конкурентоздатність, то розробка нових продуктів – це природна і необхідна реакція на зміну потреб клієнтів і ринкової ситуації.

Тому не дивно, що проблеми управління продуктовими інноваціями на протязі довгого часу є актуальними і знаходяться у полі зору таких видатних світових та вітчизняних дослідників як Ф.Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Р.Г. Куперт, М. Портер, Ф. Уебстер, Р. Уотермен, Л.Л. Антонюк, Л.В. Балабанова, М.И. Белявцев, А.В. Войчук, В.М. Щербань, С.М. Ілляшенко, В.Я. Кардаш, Н.В. Кузнєцова, В.Е. Николайчук, Л.В. Новошинська, А.Ф. Павленко, В.С. Решетнікова, А.О. Савчук, І.Л. Старостіна, О.С.Телетов та ін., які досліджували окремі теоретичні аспекти розроблення та комерціалізації нових продуктів.

Продуктова стратегія – це найгнучкіша і найдинамічніша сфера стратегічного планування. Динамічну і мінливу природу продуктової стратегії не слід розглядати як випадкову або пасивну реакцію на вимоги ринку. Провал нового продукту може бути викликаний відсутністю ретельного довгострокового планування продукту, так само як і консервація товарної лінії і відсутністю гнучкої й динамічної реакції на зміну вимог ринку та дії конкурентів.

Незатребуваність товарних інновацій – поширене явище в ринковій економіці. Основні ризики незатребуваності нових товарів можуть бути обумовлені такими причинами:

– динамікою зміни споживчих уподобань (є вірогідність того, що до моменту зустрічі цього продукту із споживачем сукупна користь, закладена в ньому, не повністю відповідатиме системі цінностей споживача);

– невідповідністю вартісних оцінок товарів споживачами (є вірогідність того, що наші уявлення про якість, ціну і умови продажу не повністю співпадуть з уявленнями споживача);

– науково-технічним прогресом (є вірогідність того, що капіталовкладення в розробку, виробництво і реалізацію певного продукту не дадуть очікувану віддачу до того, як на ринку з'явиться технологічно новий продукт, який зуміє його витіснити);

– дією конкурентних сил на певному ринку (є вірогідність того, що наш товар виявиться не більш прийнятним для споживачів, ніж аналоги конкурентів);

– купівельною невпевненістю (є вірогідність того, що нам не вдасться здолати невпевненість (скепсис) споживача з приводу пропонованого нами товару).

У кожного споживача є свої критерії оцінки цінності товару і його якості, які іноді можуть не співпадати з думкою розробників. Один і той же товар може отримати різні оцінки у різних груп споживачів залежно від способу, часу і місця його застосування, а також системи цінностей у конкретного споживача. Якщо ж властивості товару не відповідають умовам експлуатації (споживання), то він фактично втрачає споживчу цінність і тим самим перестає бути корисним при будь-якому рівні якості.

Планування нових товарів передбачає координацію цілої низки взаємопов'язаних видів діяльності: науково-технічних досліджень і розробок, досліджень ринку, організації руху товару, стимулювання збуту і реклами. Максимальна ефективність досягається за рахунок оптимізації всієї сукупності складових частин, а не кожного елементу окремо. Якщо відповідальність за різні елементи інноваційного проекту із запровадження нового продукту буде покладена на вузько-спеціалізовані підрозділи, виникне небезпека того, що кожне з них розглядатиме свою власну діяльність як найбільш важливу, як таку що передбачає наявність права використання ресурсів компанії у першу чергу.

Таким чином, обґрунтоване і коректне застосування передових методів інноваційного маркетингу дозволяє проектувати і виробляти конкурентоздатні, ринково адекватні інноваційні товари, що забезпечують одержання високого прибутку товаровиробниками.

Chykusova M.U.,
*Candidate Of Economic Sciences,
senior lecturer of Marketing and
Advertising Department, KNUTE.*

Smilianets V.V.,
*postgraduate of Marketing
and Advertising Department, KNUTE*

SHOPPER MARKETING AS ONE OF THE INNOVATIVE TECHONOLOGIES IN TRADE

Today «shopper marketing» is the most discussed theme. And yet the understanding of what shopper marketing actually is appears to still be a little unclear. And one of the biggest problems of confusion is around whether shopper marketing is the same as in – store marketing?

Wikipedia's definition of shopper marketing begins with «understanding how one's target consumers behave as shoppers, in different channels and formats...» [1]. Without getting into the debate around consumers and shoppers not being the same, this definition implies that shopping happens in a store. Chris Hoyt saying: «shopper marketing is brand marketing in a retail environment» [2]. But we are disagree. Shopper marketing is marketing to shoppers, wherever they may be.

Shoppers exist in a world between a consumer who has a need and a retailer who has product. The decision to eat a particular product for is clearly a consumption decision: picking up a product off a shelf is a shopping decision, but what about the space in between? How about the decision of where to go shopping? Where does that take place? Outside the store, surely. One could hardly call that a consumption decision – it's a shopping decision, and therefore falls into the shopper marketing remit.

In our opinion, shopper marketing is an activity that affecting a positive change in shopper behavior which drives consumption of a brand.

We propose to use «5-Step Total Marketing Model» (figure 1) which understands that shoppers need to first be considered as shoppers in and of themselves, but that marketing to shoppers works best when integrated into a marketing model which reflects the integrated world of consumers, shoppers and retailers. This model has proven successful for consumer goods companies and their marketers.

Consumer priorities provide the understanding of consumers (the person who uses the product), determining the key consumers and their

current behavior for installation of existing opportunities to encourage them to consume more.

Shopper behavior helps to understand the shoppers (the person who buys product). Use an understanding of the consumption opportunities to define the target shopper and then understand how we can influence their behavior. Target the ones that can help us drive consumption, and understand their behavior, rather than the behavior of some generic ‘shopper’.

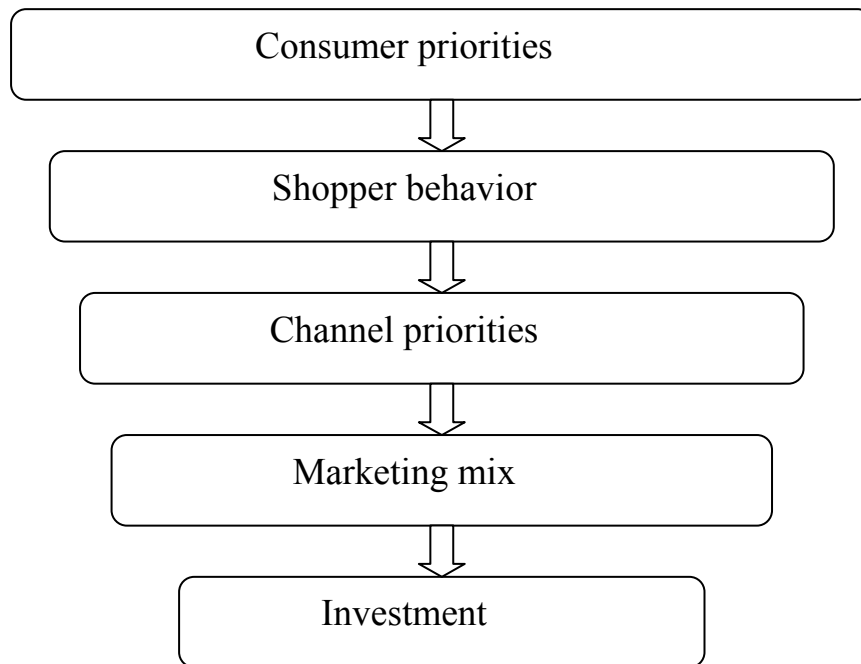


Figure 1. 5-Step Total Marketing Model

Prioritize channels should to determine the retail outlets that are going to be their stores of choice for the target shoppers. NOT necessarily the stores where current shoppers go. Evaluate your retail channels to determine those where you can influence the shoppers you’re seeking. A marketing mix is required – in addition to the consumer marketing mix – to guide and influence shoppers along their path to purchase. This mix is a blend of: availability (what product is made available, how, and where), communication (the messages and media we use to communicate with shoppers), and offer (the blend of price and promotions designed to close the deal). Investment can be planned holistically; including retail investment. This can be done in the full knowledge of the returns (changes in purchase AND consumption) and the total costs (consumer, shopper and trade investment) which ensures that the full return on investment can be assessed.

Bibliography

1. Shopper marketing. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Shopper_marketing
2. Hoyt C. Marketing can help build strong shopper-strategies: six ways / Chris Hoyt. // The HUB. – November/December 2009. – P. 34–37.

Шарко В.В.,

к.е.н., ст. викладач,

Беляєва Н.В.,

*асистент Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ*

УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Характер сучасного розвитку економіки, обумовлений наявністю кризових явищ, стимулює усі галузі національного господарства до пошуку радикальних шляхів розвитку і активізації інноваційної діяльності [1]. У цих умовах пріоритетною стає інноваційна діяльність спрямована на забезпечення конкурентоспроможності продукції та ефективності бізнес-процесів торговельних підприємств.

З використанням Інтернет простору, будь-яке торговельне підприємство має можливість створити електронну візитну картку, електронний каталог та власний електронний магазин. З розповсюдженням соціальних мереж, можливості покупця розширились (достатньо замовити товар он-лайн і замовлення буде доставлено кур'єром), що пояснюється оптимізацією витрат часу на купівлю.

Мережеві комунікації впливають не тільки на кількість покупців, які створюють разові і повторні покупки, але і на кількість продаж [2]. Переважна більшість торговельних підприємств активно реагують на навколишнє середовище, запроваджують нові зміни в автоматизації ІТ-систем управління і роботи з клієнтами.

В сучасних умовах діяльності торговельних підприємств, проблеми автоматизації торгово-технологічних процесів є більш чим актуальними. Для ефективної роботи пропонується широкий спектр використання сканерів штрихового кодування, терміналів, засобів збору даних, мобільних комп'ютерів та інфокіосків.

Компанія Honeywell є одним із лідерів в галузі автоматичної ідентифікації і збору даних. Обладнання даної компанії успішно використовують в торгово-технологічному процесі роздрібні торговельні мережі такі як «Ельдорадо», «Євросеть», «Техносила» та багато ін.. Більшість торговельних підприємств використовують електронний документообіг (EDI), який сприяє спрощенню роботи персоналу і тим самим підвищує швидкість обробки та обміну інформації між партнерами бізнесу, сприяє суттєвому скороченню часу доставки замовленого попередньо товару. Касова зона вже для споживача стала сервісним центром, де нараховують бонуси, роблять скидки, обробляють рахунки сплати як банківськими картками так і грошима.

Створення таких мереж (зон) мало б назву «Магазин майбутнього». Так в магазинах такого типу не передбачається наявності касирів, обслуговування відбувається автоматично, магазинний прилавок (пристінна гірка, вітрина) сигналізує про відсутність товару, що в результаті спрощує інвентаризацію. На допомогу покупцеві в торговельному залі стане «розумний» візок (smart cart), а також наявність мітки (чіп) на товарі, створений за технологією RFID – типу «розумного» штрих коду, та відповідного комп'ютерного забезпечення.

Вперше «розумні візки» продемонструвала канадська компанія Springboard Retail Networks в 2004 році і назвала їх Consierge. Такі «розумні візки» використовуються в Азії, Південній Кореї тощо.

Отже, торговельна галузь за своєю сутністю має здатність швидко адаптовуватись до різного роду інноваційних технологій. Впровадження інновацій в торгівлі сприятиме:

- забезпеченню ефективності і якості процесу доведення товару до споживача;
- мінімізації затрат і скороченню рівня втрат при використанні торговельних площ, складів, торговельного обладнання;
- запровадженню різних інформаційних технологій в цілях скорочення процесу документообігу і приведення до мінімуму похибок в результаті впливу людського фактору;
- створенню необхідних умов праці для персоналу в цілях інтенсифікації його продуктивності.

Список використаних джерел

1. Чорна М.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 210 с.

2. Расулова У.С. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства / У. С. Расулова // Торгівля і ринок України. – 2008. – 26. – С. 140–145.

Шевченко С.Г.,
спеціаліст, слухач ІВК КНТЕУ

ТЕХНОПАРК ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

«Ми інвестуємо в результати,
які слугують на благо і розвиваємо мислителів,
які можуть перетворити ідеї в реальність»

*Керівництво Університету
Північної Кароліни, США*

Весь оточуючий нас світ, показує якого прогресу досягло людство і переконаний, що зупинятися на цьому ніхто не збирається. Саме наука стала головною рушійною силою такого бурхливого розвитку людського суспільства. На ряду з цим пропорційними темпами збільшуються об'єми корисної інформації і саме тому її фіксація, систематизація, пошук і обробка дають підстави вважати, що наука в наші дні є суттєвим важелем в цьому процесі [1,2].

Основним завданням забезпечення інноваційного розвитку економіки є вивчення взаємодії між різними інститутами у сферах науки і виробництва. Успіхи світових науково-технологічних лідерів багато в чому визначаються ефективною інтеграцією науки та бізнесу, яка виступає дієвим інструментом сталого розвитку і конкурентоспроможності цих країн в умовах глобалізації та становлення економіки, заснованої на знаннях. Можливості використання в нашій країні сучасних форм і механізмів інтеграції науки й виробництва визначаються особливостями соціально-економічних перетворень, які формують потреби держави, суспільства, економіки в нових науково-виробничих моделях [3].

Стимування зростання вітчизняної економіки гальмує механізм інтеграції освіти і виробництва перш за все тим, що наука та виробництво виявилися розділені, а для реалізації сучасних моделей інтеграції й адекватних їм фінансово-економічних механізмів потрібне

істотне коригування норм законодавства, а також підтримка інтеграційних процесів з боку держави[3].

Яскравим прикладом роботи в цьому напрямку, можна вважати створення на базі НТУУ «КПІ» так званого Наукового парку «Київська політехніка», який має працювати над створенням інноваційної інфраструктури, яка буде складатися з низки лабораторій прототипування та інноваційної майстерні. В результаті чого вчені, аспіранти та студенти зможуть проводити необхідні експерименти, спрямовані на доведення проекту до передкомерціалізаційної стадії і в лічені дні створювати прототипи своїх інноваційних продуктів, розвитком яких займеться Науковий парк, а також низка венчурних та інвестиційних фондів. Також технопарк можна розглядати, як форму організації науково-інноваційного процесу, яка сприяє ефективній комерціалізації високо-технологічних розробок. Основною ж метою проекту є – втілення в життя системи взаємодії між наукою, освітою та інноватикою [4, 5].

Запропонована форма інноваційної діяльності університету, вважаю може розглядатись, як еталонна для розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності для багатьох вищих навчальних закладів України, в основі якої лежить ефективне і раціональне використання наявного наукового потенціалу, матеріально-технічної бази за рахунок комерціалізації результатів наукових досліджень і їх впровадження у господарську практику.

Список використаних джерел

1. Матеріали офіційного сайту Університету штату Північна Кароліна, США – 2015р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mae.ncsu.edu/>
2. Новая философская энциклопедия. – 2-е изд., испр. и допол. – М. : Мысль, 2010.
3. Ржепішевська В.В. Умови ефективної інтеграції науки і виробництва в Україні / Економіка і регіон. – 2012. – № 4. – С. 116–119. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-f/econrig_2012_4_24.pdf/
4. Верховна Рада України, 22.12.2006р. № 523-V [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/523-16/>
5. Матеріали офіційного сайту Науковий парк «Київська політехніка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://spark.kpi.ua/uk/node/1218/>

ЛОГІСТИЧНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Перехід до інноваційної моделі розвитку логістики – найхарактерніша прикмета сучасного етапу в розвинутих країнах. Реалізація економічних цілей пов'язана з інноваційним типом розвитку, в основі якого закладений безперервний і цілеспрямований процес пошуку, підготовки та реалізації нововведень, які дають змогу не тільки підвищити ефективність функціонування логістичних процесів, а принципово змінити способи їх розвитку.

Інновації, особливо у логістиці, – суттєвий елемент підвищення ефективності економіки. Логістична інновація починається з ідеї і проходить фази дослідження, розробки та створення нових стадій логістичних процесів та їх комерціалізацію. Активна реалізація інноваційних процесів – спосіб повернення до життя традиційних видів економічної діяльності. Він полягає у впливанні в них рушійних сил, здатних забезпечити конкурентоспроможність і створити нові робочі місця за допомогою цілеспрямованого розвитку всієї технологічної бази. На сучасному етапі спостерігається істотне зростання ролі окремих суб'єктів господарської діяльності, що супроводжується цілеспрямованою взаємодією один з одним і зовнішнім середовищем у межах, передбачених механізмами ринкового регулювання, та вимагає орієнтації на інноваційний тип розвитку [1]. Ефективність реалізації такої концепції значною мірою визначається наявністю маркетингового та логістичного забезпечення, що дає змогу виявляти та використовувати існуючі та перспективні ринкові можливості, підтримуючи певний баланс зовнішніх і внутрішніх чинників, з метою досягнення успіху в конкуренції, максимізації показників прибутковості, досягнення високої прихильності споживачів на ринку тощо.

Необхідність істотного скорочення часових інтервалів і витрат в сфері постачання, виробництва і дистрибуції в умовах загострення конкуренції і адаптації до складної і динамічної структури мотивацій і пріоритетів споживачів пояснює загострення зацікавленості з боку вітчизняних підприємців до логістики як наукової основи сучасного управління потоковими процесами. Узагальнення зарубіжного досвіду логістичної діяльності в аспекті інноваційної діяльності підприємств обґрунтовує подвійну корисність концепції логістики: з одного боку як

філософії управління інноваційною діяльністю, а з іншого – як безпосередньої організаційно-економічної інновації, що приводить до реальної економії витрат (зокрема транспортних, складських, пакувальних тощо). Інноваційна логістика спрямована на підвищення рівня управління логістичними процесами за рахунок застосування різноманітних інновацій, націлених на покращення якості обслуговування споживачів, зростання ефективності поточкових процесів і зниження сукупних витрат на їх реалізацію.

Фінансова криза, яка сьогодні постала на світових ринках, обумовлює необхідність пошуку резервів оптимізації витрат та часу, відведених на інноваційні процеси. Логістика, яка зорієнтована на мислення категоріями витрат та ефективності, акцентує увагу на тих аспектах інноваційної діяльності, яким ще донедавна в економічній літературі не приділялось достатньо уваги. Реалізація нових вимог, які ставляться перед підприємствами, змушує їх до пошуку і створення нових стратегій діяльності, які збільшують гнучкість і уможливлюють виживання в суперництві з конкурентами [2]. Логістичне забезпечення інноваційної діяльності відбувається в результаті взаємодії. При економічній взаємодії інвестицій (інноваційних) та логістики відбувається взаємозалежний та взаємообумовлений вплив між ними, що носить двоякий характер. Завдання логістичної підтримки інноваційної діяльності полягає у ефективному русі матеріальних, інформаційних, фінансових потоків по створенню інновацій.

Для ефективного розвитку економіки інноваційна діяльність повинна базуватись на логістичній концепції, як джерелі отримання конкурентних переваг. Тобто, на даному етапі інновації вступають у системну взаємодію з комплексом наявних технологій, зокрема логістичних, створюючи підґрунтя для розвитку такого напрямку як логістична підтримка інноваційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Європейська логістична асоціація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.google.ru>
2. Захаров О.М.. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, методи оцінки та механізми збільшення / О.М. Захаров, А.А. Зокін [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.logistics.ru/9/2/i20_64.htm

Штундер І.О.,
к. е. н., доцент
кафедри економічної теорії
та конкурентної політики КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ЕФЕКТИВНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Тривалий час в Україні домінував тип зайнятості, що відповідав технологічному способу виробництва, який ґрунтувався на ручній та механізованій праці. Мова йде про переважання трудової діяльності в промисловості і сільському господарстві, з широким застосуванням простої фізичної праці. Розвинуті країни світу пройшли цей етап ще у минулому столітті. Сьогодні мова може йти про інформативний тип зайнятості, тобто переважання у складі працюючих осіб, пов'язаних зі збиранням, обробкою та наданням інформації у сфері виробництва, обігу, надання послуг.

Поширеними формами зайнятості населення в сучасних умовах є: зайнятість на об'єктах, де працівник має свою частку акцій, є співвласником підприємства; зайнятість на орендованих засобах виробництва; зайнятість на спільному підприємстві; надомна праця, оплачувані громадські, сезонні, тимчасові роботи.

В умовах інноваційного розвитку спостерігається урізноманітнення форм ефективної зайнятості, а саме: маятникова зайнятість, періодична зайнятість, гнучка зайнятість, вторинна зайнятість, лізинг персоналу, аутстафінг персоналу, аутсорсинг персоналу, дистанційна зайнятість, позаштатна дистанційна зайнятість, мобільна дистанційна зайнятість, робота в спеціально обладнаному офісі.

Так, лізинг персоналу передбачає «оренду» персоналу на довгостроковій основі. Компанія, що здійснює найм оплачує тільки послуги агентства-лізингодавця, не пов'язуючи себе зі співробітником юридичними відносинами. При цьому фахівець юридично перебуває в штаті компанії-лізингодавця.

Temporary staffing як сучасна форма ефективної зайнятості передбачає набір персоналу на короткостроковий період (до трьох місяців). Найчастіше є потреба в таких послугах при проведенні маркетингових досліджень або виконанні дрібних проектів. Підбір фахівця робить рекрутингове агентство і воно ж несе відповідальність за співробітника.

Аутсорсинг персоналу (виробничий аутсорсинг, ІТ-аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів, аутсорсинг управління знаннями) являє собою купівлю послуги певного фахівця, яка потрібна компанії на конкретний період часу. Перелік питань, який можна вирішити таким чином є досить великим. Як правило, це стосується вирішення завдань, не пов'язаних з профільною діяльністю компанії-замовника. Аутсорсинг дає можливість компанії-замовникові скоротити витрати і значно знизити трудомісткість і витрати на експлуатацію інформаційних систем, сконцентруватися на основних бізнес-процесах компанії, не відволікаючись на допоміжні [1].

Аутстафінг персоналу передбачає, що аутсорсингова компанія приймає у свій штат вже працюючого в клієнтській компанії фахівця. При цьому відповідальність несуть обидві сторони, а формальну роботу (оформлення трудової книжки, відрахування податків) бере на себе агентство-лізингодавець [2].

Сучасною формою ефективної зайнятості населення є також і дистанційна зайнятість, яка передбачає розосередження працівників по декількох місцях: частково на дому, частково в місцях, які є власністю роботодавця. Зазвичай таку роботу виконує кваліфікований працівник, що користується повною довірою роботодавця, а також професійний виконавський персонал. Здебільшого такі роботи регулюються колективним договором.

Різновидом дистанційної є надомна зайнятість. Виконується вона здебільшого вдома і в основному включає в себе низькокваліфіковані, монотонні види робіт. Оплата праці здійснюється за кінцевим результатом та виконується переважно жінками.

Робота в спеціально обладнаному офісі як сучасна форма ефективної зайнятості передбачає роботу на відстані та здійснюється на площах роботодавця і субпідрядника. Робочі приміщення забезпечуються найсучаснішими телекомунікаціями.

Список використаних джерел

1. Бравар Ж.-Л. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж.-Л. Бравар, Р. Морган. – М. : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 154 с.
2. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстафтинг: высокие технологии менеджмента / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. – 320 с.

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Матеріали VIII Міжнародного бізнес-форуму

(Київ, 19 березня 2015 р.)

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 15,81. Тираж 75 пр. Зам. 223.

Видавець і виготовлювач

Київський національний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 4620 від 03.10.2013 р.