

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”

Інститут економіки та менеджменту

Кафедра менеджменту організацій

**Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів
і молодих вчених ІНЕМ Львівської політехніки**

ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ім. М. І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА

ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

СУСПІЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК, РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА

ЄВРАЗІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. Л. М. ГУМІЛЬОВА, КАЗАХСТАН

УНІВЕРСИТЕТ МАРІЇ КЮРІ-СКЛОДОВСЬКОЇ, РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА

ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА

ХАЙЛЬБРОННСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ФЕДЕРАТИВНА РЕСПУБЛІКА НІМЕЧЧИНА

УНІВЕРСИТЕТ БІТЛІС ЕРЕН, ТУРЕЦЬКА РЕСПУБЛІКА

БІЛОРУСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, РЕСПУБЛІКА БІЛОРУСЬ

**Тези доповідей VII Міжнародної
науково-практичної конференції**

**“УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ РОЗРОБОК”**

**MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESS IN UKRAINE:
PROBLEMS OF COMMERCIALIZATION OF SCIENTIFIC
AND TECHNICAL RESEARCHES**

17–19 травня 2018 р., м. Львів

Львів

Видавництво Львівської політехніки

2018

УДК 330.341.1:658.589

У 781

Тези доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції У 781 “Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок”. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-966-941-174-7

У збірнику подано тези доповідей та виступів на VII міжнародній науково-практичній конференції. У рамках проведення конференції коло тематичних дискусійних напрямів було сформовано навколо розгляду економічних, соціальних та політичних трансформацій управління інноваційним процесом в Україні. Тематика конференції охоплює дослідження особливостей інтеграції у світовий економічний простір з урахуванням сучасних тенденцій науково-технічного розвитку; виявлення інституційних і політичних чинників у ринковій трансформації інноваційного потенціалу України; впровадження інноваційних послуг та технологій у забезпеченні конкурентоспроможності малого і середнього бізнесу; забезпечення наукової підтримки випереджувального розвитку підприємств; вирішення проблем та формування перспектив просування інноваційних продуктів на експорт.

УДК 330.341.1:658.589

Матеріали подано в авторській редакції

Відповідальний за випуск Карий О. І.

**Висловлюємо подяку всім спонсорам
за сприяння в організації та проведенні конференції**

ISBN 978-966-941-174-7

© Національний університет
“Львівська політехніка”, 2018

ПОЧЕСНІ ГОЛОВИ ПРОГРАМНОГО КОМІТЕТУ:

ЧУХРАЙ Н.І. – проректор з наукової роботи Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ПАТОРА Р. – ректор Суспільної Академії Наук, Республіка Польща, д.е.н., професор

СПІВГОЛОВИ КОМІТЕТУ:

КУЗЬМІН О.Є. – директор Інституту економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

КАРИЙ О.І. - завідувач кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ЧЛЕНИ КОМІТЕТУ:

АЛЕКСЄЄВ І.В. – заступник директора Інституту економіки і менеджменту, завідувач кафедри фінансів Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ГАЙДУК А.Б. – професор факультету міжнародного бізнесу, Хайльброннський університет (ФРН)

ГАЛЬКІВ Л.І. – професор кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ГОНДА В. – професор кафедри економіки Економічного університету (Братислава, Словачка Республіка), д.е.н.

ЗАХАРЧИН Г.М. – завідувач кафедри менеджменту персоналу та адміністрування Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

КОЗИК В.В. – завідувач кафедри економіки підприємства та інвестицій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., професор

КРИКАВСЬКИЙ Є.В. – завідувач кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ЛПОВСЬКИЙ М. – професор кафедри маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін, Польща), д.е.н.

КУЛИНЯК І.Я. – голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених ІНЕМ Львівської політехніки, доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

МЕЛЬНИК О.Г. – завідувач кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

МЕЛЬНИК М.І.- завідувач сектору просторового розвитку Інституту регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України, д.е.н., професор

ПЕТРОВИЧ Й.М. – професор кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ПИРОГ О.В. - завідувач кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, д.е.н., професор

ПОПЛАВСЬКА Ж.В. – завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

САВІНА Н. Б. – проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, д.е.н, професор

СИДИКНАЗАРОВ М.-А. – директор Інституту сучасних досліджень, Євразійський національний університет ім. Л.Н. Гумільова, (м. Астана, Казахстан), доктор політології

ХАТІС КУСАК САМАНСІ – Asist. Prof. Dr., Університет Бітліс Ерен (м. Бітліс, Туреччина)

ШКУТЬКО О.М. – доцент кафедри світової економіки Білоруського державного економічного університету, (м. Мінськ, Республіка Білорусь), к.е.н., доцент

ЯРЕМКО І.Й. – завідувач кафедри обліку та аналізу Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

ЛІСОВСЬКА Л.С. – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

ПРОЦАК К.В. – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

ЩЕРБАТА Т.С. – асистент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н.

САВОНІНА Н.С. – асистент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н.

БАГЛАЙ І.Є. – асистент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка»

МІРОШНИК Р.О. – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н.

ЯРЕМЧУК Р.Є. – старший лаборант кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка»

ЗМІСТ

Андрійчук Ю.А., Гладун С.О. ПІДТРИМКА МОЛОДІЖНИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІНІЦІАТИВ ДЕРЖАВНИМ ЦЕНТРОМ ЗАЙНЯТОСТІ.....	9
Баглай І.Є., Флик І.В. ЕКОЛОГІСТИКА: НОВА ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ.....	11
Белей О.І., Меник Н.О. ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ.....	13
Беспалюк Х.М., Савоніна Н.С. ПРИКЛАДИ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ.....	15
Бондаренко Ю.Г., Боцман Ю.С. КРЕАТИВНИЙ КЛАС ЯК ДЖЕРЕЛО ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ.....	17
Бондарчук М.К., Алексєєв І.В. ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У ОБ'ЄДНАННЯХ ПІДПРИЄМСТВ.....	18
Бохонко І.В. ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ ПЕРЕХІД ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	19
Бублик М.І., Лісовська Л.С., Медвідь Р.В. МОЖЛИВОСТІ ТА ТРУДНОЦІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ У СФЕРІ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	20
Ванькович Л.Я. ДИФУЗІЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ.....	22
Винничук Р.О. ФОРМУВАННЯ УСПІШНОГО ТАЛАНТ-БРЕНДУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ.....	24
Віблій П.І., Лащик І.І., Конюховська Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УКРАЇНІ.....	26
Віблій П.І., Лащик І.І., Цюрось Д.Г. ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ.....	27
Войтович Д.П. ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЬВІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ В ГАЛУЗІ ЦИВІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	29
Войцеховська Ю.В., Стойко О.С. СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	30
Галаз Л.В. ФАКТОРИ РИЗИКУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ.....	32
Гальків Л.І. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПОСЛУГИ ЯК АКТИВАТОР ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	33
Гальків Л.І., Миськів Г.В., Килин О.В. ІННОВАЦІЙНИЙ ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ.....	34
Гвоздь М.Я. КРАУДФАНДИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ.....	36
Гербут М.В., Коpecь Г.Р. ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ.....	38
Горбань В.Б. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КЛІМАТИЧНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ВАУЧЕРІВ ДЛЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ПРОЕКТІВ СТАЛОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РОЗВИТКУ.....	39
Гриник О.І., Крохтяк О.В. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ ФУНКЦІЙ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	41
Дзюбіна А.В. ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....	43

Дзюбіна А.В., Коpecь Г.Р., Дзюбіна К.О. КОМПОНЕНТНІСТЬ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ	45
Дзюрах Ю.М. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ...	46
Довбенко В.І. ЗАВДАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ РОЗРОБОК	47
Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О. ОЦІНКА ДОДАНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ВАРТОСТІ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ	49
Завербний А.С. ПРОБЛЕМИ І ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	51
Захарчин Г.М. ІННОВАЦІЙНІСТЬ У БАГАТОГРАННОМУ ВИМІРІ	52
Зимній А., Чернявська Т. ЗНАЧЕННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПОЛЬЩІ	54
Ільчук П. Г., Коць О. О., Неспляк Х. Ф. СТАН МІЖНАРОДНИХ РЕЗЕРВІВ УКРАЇНИ	56
Карий О.І., Івасюк В.В. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЇ	57
Козар Г.А., Передало Х.С. ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	58
Комчатних О.В. ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	60
Копець Г.Р., Урікова О.М., Прийма Л.П. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ..	62
Коць О.О., Ільчук П. Г., Якуц Т. І. РОЗВИТОК РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ	63
Кочешкова І.М., Трушкіна Н.В. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ	64
Крикавський Є.В., Леонова С.В. ТЕЛЕПРАЦЯ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ	66
Кузьмін О.Є., Жежуха В.Й. РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ	68
Кузьо Н.Є., Косар Н.С. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ: СКЛАДОВІ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ	69
Кулиняк І.Я. НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	70
Кулініч Т.В., Жучик С.В. ПОДОЛАННЯ БАР'ЄРІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	72
Кулініч Т.В., Лозова І.О. ІНТЕРНЕТ – ТОРГІВЛЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДЛЯ ПРИСКОРЕННЯ І ЗБІЛЬШЕННЯ ТОВАРООБІГУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ	74
Кушнірецька О.В. ВИКЛИКИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ФОРМ ПРОСТОРОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	76
Лащик І.І., Віблій П.І., Шелест М.О. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	78
Лещух І.В. ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ ПРОСТОРОВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ БЛИЗЬКОГО ЗАРУБІЖЖЯ	80
Литвин І.В. ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОНОМНИХ ІННОВАЦІЙ УКРАЇНСЬКИМИ СТАРТАПАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	82
Лісовська Л.С., Здоровега М.В., Гноп А.Я. СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ: ЗАКОНОДАВЧИЙ АСПЕКТ	84

Лісовська Л.С., Терехух А.А., Костюк І.В. ДО ПРОБЛЕМ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ РОБІТ	87
Любомудрова Н.П., Соболев І.Б. ЕКОСИСТЕМА В ІННОВАЦІЙНІЙ ТЕОРІЇ ТА ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ	89
Матвій І.Є., Новаківський Р.І. ОЦІНЮВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ	91
Мірошник Р.О., Дроботій О.А. ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	92
Мірошник Р.О., Щира В.М. ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	93
Мороз Л.І. ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	94
Музиченко-Козловська О.В. ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ	96
Новаківський І.І. ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕВАГ МЕРЕЖЕВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	98
Овчарук В.В. АДМІНІСТРУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ: ПРОБЛЕМА СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ	99
Петрович Й.М. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	101
Просович О. П., Боцман Ю.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕОБАНКІНГУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ	103
Процак К.В., Ярмола К.М. СУЧАСНІ РИЗИКИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	104
Рачинська Г.В. ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОПАРКІВ ЯК ОСЕРЕДКІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	106
Рачинська Г. В., Бурда М. Б. РОЛЬ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	108
Риженко О.Ю., Сагайдак М.П. ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ВИРОБІВ З ПВХ-ПРОФІЛЮ	110
Сахарницька Л.І., Ткачів С.М., Захарчук В.А. ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ЛІСОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ	112
Свелеба Н.А. ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ДО СУЧАСНИХ ПОТРЕБ МЕНЕДЖМЕНТУ	113
Селюченко Н. Є. ВІТЧИЗНЯНІ УНІВЕРСИТЕТИ ЯК ЦЕНТРИ ФОРМУВАННЯ СТАРТАПІВ	114
Склярчук Т.В., Рубаха Н. ЯКІСТЬ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ	115
Склярчук Т.В., Стецька В.А. ДЕЯКІ АСПЕКТИ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ	117
Совершенна І.О. УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ДОСВІД ОКСФОРДСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ	118
Степура Н.Л. КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ПРОГНОЗУВАННЯ КУРСУ БІТКОЇНУ МЕТОДАМИ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ	120
Степура Т.М. ЯКІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ ЕКОНОМІК	122
Ткаченко О.О. ІНСТИТУТИ ПІДТРИМКИ ПРОСТОРОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ: ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД	124
Уніят Л.М. ВИКОРИСТАННЯ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГІЇ - ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ АПК	126

Цибульська Н. Б. ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА БАНКІВ.....	128
Чернобай Л. І., Широш Ю.О. МОТИВИ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ.....	129
Шеремета Б.О. ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ: НА ПРИКЛАДІ ПАТ “МУЛЬТПЛЕКС-ХОЛДІНГ”.....	131
Шестаковська Т.Л. УКРАЇНСЬКІ МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	134
Щербата Т.С. РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УКРАЇНИ.....	136
Яворська Т.В., Войтович Л.М. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СТРАХОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....	137
Artur Kisiolek, Pawel Kobis, Olha Prokopenko. STUDIES IN THE ONLINE MARKETING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS - SELECTED ASPECTS.....	139
Havran V. Ya., Havran M. I. COMMERCIALIZATION OF R&D ACTIVITIES AS WAY FOR SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF UKRAINIAN UNIVERSITIES.....	140
Kozyk V.V., Myszczyzyn O.L. INTERNACJONALIZACJA DZIAŁALNOŚCI INNOWACYJNEJ POPRZEZ FORMACJĘ KLASTRÓW TRANSGRANICZNYCH.....	142

ПІДТРИМКА МОЛОДІЖНИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІНІЦІАТИВ ДЕРЖАВНИМ ЦЕНТРОМ ЗАЙНЯТОСТІ

Порушення рівноваги на вітчизняному ринку праці, коли пропозиція робочої сили суттєво перевищує попит на неї, призводить до зростання безробіття в країні. Молодіжне безробіття на сьогодні вважають однією із найбільш актуальних проблем національної економіки. Перевищення пропозиції робочої сили молоді, яка є стратегічним ресурсом кожної держави, призводить до невикористання активного трудового потенціалу, втрати молодим поколінням набутих знань та вмінь в процесі навчання, що унеможливорює процеси саморозвитку та самореалізації.

За офіційними даними Державного центру зайнятості [1] проблема вітчизняного безробіття загострюється. Якщо за підсумками 2016 р. чисельність безробітного населення в Україні за методологією МОП сягнула 1678 тис. ос. (9,3% усього працездатного населення), то у 2017 р. ця цифра зросла до 1698 тис. ос. (9,5% усього працездатного населення). Відповідно скоротилася кількість зайнятого населення: лише 16 156 тис. ос. у 2017 р. замість 16 277 тис. ос. за аналогічний період (календарний рік) попереднього 2016 року.

Найбільш гострою залишається проблема безробіття серед молоді. В розрізі вікових груп (за методологією МОП) за підсумками 2017 р. найбільший рівень безробіття був зафіксований серед молоді 15-24 р. (18,9%), дещо нижчим був цей показник у віковій групі 25-29 р. (11,3%), а у віковій молодіжній групі 30-34 р. безробіття становило 9,8%. Слід відмітити, що у вікових групах дорослого працездатного населення (35-39 р., 40-49 р., 50-59 р.) цей показник коливається на рівні лише 8,1-8,7%.

Державна служба зайнятості України є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра соціальної політики України. Державна служба зайнятості входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері зайнятості населення та трудової міграції [2].

Основними завданнями Державної служби зайнятості України є [2]: реалізація державної політики у сфері зайнятості населення та трудової міграції; внесення пропозицій щодо формування державної політики у сфері зайнятості населення та трудової міграції; сприяння громадянам у підборі підходящої роботи; надання роботодавцям послуг з добору працівників; участь в організації проведення громадських та інших робіт тимчасового характеру; сприяння громадянам в організації підприємницької діяльності, зокрема шляхом надання індивідуальних та групових консультацій; участь у реалізації заходів, спрямованих на запобігання масовому вивільненню працівників, профілактика настання страхових випадків, сприяння мобільності робочої сили; організація підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації безробітних з урахуванням поточної та перспективної потреби ринку праці; проведення професійної орієнтації населення; додаткове сприяння у працевлаштуванні окремих категорій громадян, які неконкурентоспроможні на ринку праці; здійснення контролю за використанням роботодавцями та безробітними коштів Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття.

Державна служба зайнятості постійно модернізується та розвивається, дбає про постійне вдосконалення соціального захисту українських громадян від безробіття.

Залучення безробітних до організації підприємницької діяльності – одна з активних форм підтримки безробітних, яка здійснюється Державною службою

зайнятості у разі відсутності на ринку підходящої роботи [1] відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття» [3].

Безробітним, яким виповнилося 18 років та які не можуть бути працевлаштовані за сприяння служби зайнятості протягом одного місяця у зв'язку з відсутністю на ринку праці підходящої роботи, за їх бажанням, допомога по безробіттю може виплачуватися одноразово для організації підприємницької діяльності.

Для отримання одноразової допомоги у формі виплати для започаткування власної справи необхідно проявити особистісні якості сприятливі для підприємництва. Окрім того, отримання допомоги передбачає проходження відповідних кроків, а саме: отримання інформації про можливості сприяння Державного центру зайнятості у започаткуванні власної справи, індивідуальне консультування профільними спеціалістами центрів зайнятості, участь у консультаційних семінарах з основ підприємництва, розроблення бізнес-плану, підготовка документів для розгляду комісією з питань одноразової виплати допомоги по безробіттю для організації підприємницької діяльності, прийняття рішення про виплату допомоги для започаткування власної справи, державна реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності, розрахунок та нарахування виплати допомоги по безробіттю для організації підприємницької діяльності.

Протягом січня-березня 2018 року статус безробітного мали 186,9 тис. осіб з числа молоді (36% загальної кількості безробітних), допомогу по безробіттю отримували 143,1 тис. молодих осіб.

За сприянням Державної служби зайнятості у січні-березні 2018 року знайшли роботу 68,8 тис. молодих громадян, зокрема, 59% з них були працевлаштовані оперативного до набуття статусу безробітного.

Профорієнтаційними послугами у січні-березні 2018 року було охоплено 170,0 тис. ос. з числа безробітної молоді та 309,2 тис. ос., які навчаються в різних навчальних закладах.

З метою максимального наближення професійних навичок громадян, які шукають роботу до потреб роботодавців та розширення компетенцій Державною службою зайнятості протягом січня-березня 2018 р. здійснено професійне навчання на замовлення роботодавців 18,1 тис. ос. віком до 35 років.

Станом на 1 квітня 2018 року кількість осіб з числа молоді, які мали статус безробітного становила 122,6 тис. ос., що на 20,5 тис. ос. (14%) менше, ніж на відповідну дату минулого року. Допомогу по безробіттю отримували 93,9 тис. ос., що на 15,7 тис. ос. (14%), менше ніж на відповідну дату минулого року.

Проблему молодіжного безробіття можна вважати не лише соціальною, але й економічною та політичною. Держава повинна стати основним ініціатором у її вирішенні. Державний центр зайнятості є сьогодні найбільш дієвим інститутом сприяння щодо працевлаштування вітчизняної молоді, тому подальші дослідження слід проводити в напрямку вивчення можливостей розвитку та модернізації його діяльності.

1. Державна служба зайнятості / Офіційний сайт Державної служби зайнятості – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.dcz.gov.ua/>. 2. Про Державну службу зайнятості України : Указ Президента України від 16 січня 2013 р. № 19/2013 зі змінами від 18 жовтня 2013 р. № 566/2013 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/19/2013#n41>. 3. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття : Закон України від 02 березня 2000 р. №1533-III зі змінами від 03 жовтня 2017 р. №2249-19 / Відомості Верховної Ради України. – 2017. – №40-41. – Ст.383 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1533-14>.

ЕКОЛОГІСТИКА: НОВА ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ

Глобалізація з позитивної точки зору є досить сприятливим каталізатором економічних процесів. Завдяки їй збільшуються можливості людства, виникають та розвиваються нові технології, загострюється конкуренція, що сприяє підвищенню якості товарів та послуг. З іншого боку, збільшення масштабів виробництва спричиняє зростання рівня забруднення навколишнього середовища. З кожним роком спостерігається зростання кількості шкідливих викидів у атмосферу (через неефективні або відсутні очисні роботи фабрик та заводів, збільшення обсягу вихлопних газів транспорту), нераціональне використання ресурсів (забруднення та вичерпання водних ресурсів, відсутність економії матеріальних ресурсів).

Для сучасних підприємств є необхідним постійно стежити за реакцією потенційних споживачів на свою діяльність. Адже суб'єкти господарювання, що забруднюють навколишнє середовище приречені на негативне сприйняття споживачами. В умовах поширення екологічного спрямування усіх сфер діяльності підприємства важливим аспектом його функціонування є політика збереження навколишнього середовища. Логістичні процеси, також не є винятком, і повинні мати спрямування на збереження довкілля.

Оскільки багато завдань щодо ефективного використання ресурсів, виробництва та розповсюдження товарів виконує саме логістика, має місце можливість її реформування у екологічно спрямовану, так звану «зелену» логістику. Польські вчені назвали її екологістикою.

Метою екологістики є інтеграція та координація економічних, соціальних та екологічних процесів у логістичній системі. Як інтеграційний процес, екологістика [2]:

- опирається на концепції управління потоками;
- передбачає утилізацію та рециклінг матеріалів;
- включає в себе прийняття технічних та управлінських рішень для мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

Як нова філософія бізнесу, екологістика уможлиблює також [6]:

- мінімізацію шкоди довкіллю;
- розвиток творчого потенціалу менеджменту;
- реструктуризацію підприємства на екологічний напрям функціонування;
- оптимізацію транспортних потоків;
- послаблення екологічної кризи;
- активізацію інноваційної діяльності підприємства;
- практичне використання альтернативних джерел енергії.

Екологістика дозволяє змінити та запровадити екологічний напрям підприємства, але, оскільки вона пронизує всі стадії виготовлення продукції, може також бути джерелом забруднення навколишнього середовища. Так, залежно від функціональної сфери логістики визначають різні способи впливу на екологію.

У сфері логістики постачання може спостерігатись збільшення об'єму твердих відходів та антропогенний вплив на ґрунти при складування матеріалів. При інформаційній логістиці можливе електромагнітне випромінювання під час зв'язку. У логістиці збуту можливе збільшення об'єму твердих відходів, висипання, витікання чи випаровування вантажів через неякісну упаковку. Логістика виробництва може спричинити вичерпання ресурсів, підвищення шуму і вібрацій на території. Транспортна логістика завдає найбільшої шкоди навколишньому середовищу. Вона спричиняє викиди шкідливих речовин у атмосферу, шумове та вібраційне забруднення [3].

Для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, використовуючи логістичну систему, необхідними є заходи:

- зменшення запасів;
- дотримання політики «без дефектів»;
- скорочення відходів виробництва, оптимальні заходи утилізації та рециклінг матеріалів;
- вибір екологічно спрямованих постачальників сировини;
- використання більш «екологічних» видів транспорту;
- вибір оптимальних маршрутів перевезень.

Прихильниками екологістики є такі світові компанії, як Toyota, Johnson & Johnson, Casio, Xerox, Sony, Siemens, Hewlett-Packard, Honda, Volkswagen. Наприклад, компанія Sony змогла знизити викиди CO₂ приблизно на 47% завдяки зменшенню об'єму упаковки. Також ця компанія використовує зворотну тару, що скоротило використання пакувальних засобів. Вона сприяла стандартизації товщини та процесу пакування за допомогою стретч-плівки, що знизило використання цієї плівки [5].

Вивчаючи досвід застосування екологістики, як закордонний, так і вітчизняний, можна визначити важливість та ефективність такого напряму логістики. Багато вітчизняних менеджерів сконцентровані насамперед на економічності та швидкості логістичних процесів, вважаючи екологістику лише хорошим маркетинговим засобом. Але застосування «зеленої» логістики дає змогу підвищити якість продукції, залучити інвесторів, покращити імідж підприємства, що сприяє збільшенню кількості споживачів, розробкам та розвитку інноваційних рішень та технологій. Таким чином, підприємство стає більш конкурентоздатним та прибутковим.

Ідея збереження навколишнього середовища стає все більш популярною, адже вже спостерігаються вагомі негативні наслідки неекологічної діяльності. Споживачі товарів та послуг прагнуть отримати якісний товар чи послугу, що є екологічними та не несуть шкоди навколишньому середовищу. Підприємство, що прагне лише максимізувати свій прибуток та не дбає про репутацію, ігнорує екологічні засади та тенденції втрачатиме своїх споживачів та в результаті матиме збитки. Попит на еко-продукцію постійно зростає і стратегія збереження навколишнього середовища буде вагомою конкурентною перевагою для підприємства, що її активно застосовує.

1. Бойченко, С. В. *Екологістика, утилізація та рециклінг транспортних засобів: тенденції та перспективи розвитку* / С. В. Бойченко, К. Лейда, О. В. Іванченко // *Наукоємні технології* / НАУ. – 2016. – №2(30). – С. 221-227. 2. Гречин, Б. Д. *Екологістика як перспективний напрямок розвитку підприємства: закордонний досвід* / Б. Д. Гречин // *Сталий розвиток економіки: міжн. наук.-виробничий журн.* – 2013. – №3. – С. 213-219. 3. Гурч, Л. М. *Розвиток «зеленої логістики» в Україні* / Л. М. Гурч, Л. Є. Хмара // *Національний транспортний університет.* – 2014. 4. Korzeniowski A., Skrzypek M. *Ekologistyka zużytych opakowań.* — *Poznań: Wyd. Instytut Logistyki i Magazynowania*, 1999. 5. Костюк, О. С. *Проблеми та перспективи розвитку «зеленої» логістики в Україні* / О. С. Костюк, М. В. Канюка // *НУЛП.* – 2012. – С. 213-215. 6. Мних, О. Б. *Стратегічна роль екологістики в розвитку підприємства в умовах поглиблення екологічної кризи в Україні* / О. Б. Мних, Б. Д. Гречин // *Економічний аналіз : зб. наук. праць* / *ТНЕУ – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ “Економічна думка”, 2016. – Том 23. – № 2. – С. 108-118.*

ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ

В умовах стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційної економіки системи управління соціально-економічними агентами в Україні змушені оперативного реагувати на постійні зміни у цифровому суспільстві. Їм доводиться обробляти щоденно великі масиви багатопараметричних даних для ефективного функціонування та управління. Забезпечити ці процеси можуть інформаційні технології, що підтримують роботу з надвеликими масивами даних і технології їх інтелектуальної аналітичної обробки.

На сьогоднішній день постійні зміни спостерігаються у сфері інформаційно-комунікаційних технологій і вони є визначальними у розвитку сучасного суспільства. Ще на початку нового тисячоліття (2001 рік) відомий американський вчений, спеціаліст в галузі управління, бізнес-консультант світових корпорацій Пітер Друкер визначив сучасну економіку як інформаційно-комунікаційну, яка не може функціонувати без впровадження найновіших технологій. На сьогоднішній день ми стикаємось з поняттям цифрової економіки, яке ідентичне з поняттям визначеним Пітером Друкером.

Цифрові технології розвиваються з експоненційною швидкістю, докорінно змінюючи суть бізнесу, дематеріалізують, демонетизують та демократизують кожен галузь. Поява Amazon, Netflix, Google та Apple знищила цілу низку індустрій та відкрила нові ринки. І це тільки початок. Завтрашні виклики – це глобалізація та конкуренція з безкоштовними товарами і сервісами шляхом створення нових продуктів та постійного переосмислення потреб своїх клієнтів. Це масштабування поняття «клієнт» до категорії «людство», що сприятиме народженню нових амбітних цілей і бізнес-моделей, базованих на партнерстві та синергії.

Питання цифрового розвитку суспільства є актуальними для всього світу. Ще в 2000 р. на саміті Великої сімки було прийнято «Окінавську хартію глобального інформаційного суспільства», яка стосувалася оптимізації глобальних мереж.

Починаючи з 1994 р. Європейською комісією розробляються регулярно «План дій європейського суспільства на шляху до інформаційного». Більшість країн консервативної Європи приймають відповідні Національні програми розвитку Цифрового суспільства на кілька наступних років, у яких закладають пріоритетні середньострокові та короткотривалі цілі й індикатори досягнення визначених цілей.

В Україні питання інформатизації нашого суспільства закладалися у програму «Стратегія сталого розвитку України» починаючи з 1997 року. Але для українського суспільства і для ІТ-галузі цього вже було замало. І тому торгово-промисловою палатою та лідерами ІТ-ринку весною цього року було розроблено стратегію розвитку цифрової економіки України у вигляді документу «Цифровий порядок денний України 2020» і внесено на розгляд відповідного комітету Верховної Ради як законопроект «Цифрова адженда України – 2020».

В Україні з метою прискорення інформатизації суспільства планують запустити сервіс MobileID в другій половині 2017 року та активізувати розгортання мереж 4G мобільного зв'язку. Зараз Mobile ID успішно працює в 28 країнах Європи. Цей сервіс спростить доступ до адміністративних сервісів і документів, зменшить черги в держустановах. Крім того, сервіс Mobile ID відкриє абоненту доступ до захищених електронних документів, дозволить ставити цифровий підпис, а в перспективі також голосувати і робити покупки. Але для того, щоб сервіс запрацював, потрібні зміни в законодавстві. Також експерти попереджають, що існує загроза захищеності особистих даних громадян.

Проведене в 2016 році компанією Deloitte в Польщі дослідження "Цифрова трансформація - стратегія на майбутнє чи прагнення до реальності?" показало, що

“цифровізація бізнесу перестала бути способом отримання конкурентних переваг, а стала вирішальним чинником втриматися на ринку”.

Цифрова трансформація - це дуже динамічний процес, що впливає на усі галузі економіки і безжально відкидає аутсайдерів. Так, за словами директора Асоціації «Інноваційний розвиток України», заступника голови правління Громадського об'єднання «Центр розвитку ринкової економіки» Юрія Пивоварова бурхливий розвиток цифрової економіки змінює світ буквально у нас на очах. З'явився навіть новий термін «GAFAноміка» — від перших літер назв компаній Google, Apple, Facebook та Amazon. Сумарна капіталізація цієї «великої цифрової четвірки» вже перевищила ВВП деяких країн Євросоюзу, таких як, приміром, Іспанія, а темпи зростання цих компаній вражають і вимірюються щороку двозначними цифрами. Саме тому Польща прагне на протязі кількох наступних років стати європейським центром нових технологій.

Локомотивом прискореного руху України на шляху цифрової трансформації повинна стати галузь інформаційно-комунікаційних технологій. В цій галузі Україна постійно збільшує обсяги ІТ-аутсорсингу. Зараз ІТ-індустрія формує близько 3,4% валового внутрішнього продукту України і при сприятливих умовах має усі шанси вирости до 4,5% у 2020 році. У 2016 році, приріст галузі склав 15-20%, а обсяг ринку виріс з \$2,5 млрд до \$3 млрд. Більше 80% з близько 4000 усіх аутсорсингових ІТ-компаній України працюють на зовнішні ринки, сприяючи цим «цифровізації» інших країн, які стають більш ефективними та конкурентоздатними на глобальній арені. В той же час, в Україні не зростає внутрішній ринок ІКТ. Причин тут декілька. Це і складна економічна ситуація, і девальвація національної валюти, і нерівність оплати праці ІТ спеціалістів в Україні та за кордоном. Якщо ситуація в сфері цифрової трансформації докорінно не зміниться у найближчі роки, українська економіка буде і надалі відставати, все більше перетворюватиметься на ресурсно-аграрну. Саме тому галузь ІКТ потребує особливої уваги щодо розбудови інфраструктури, прямих інвестицій, покращення діалогу B2G. Для розвитку галузі дуже важливою є підтримка з боку держави у двох напрямках: стимулювання внутрішнього попиту на вітчизняні розробки та полегшення умов експорту послуг. В останньому намітились позитивні зрушення з прийняттям у 2016 році закону “Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг”.

На Першому міжнародному форумі інноваторів «Цифрова Україна - Switch on your business» 27.04.2017 року в Одесі заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі України Михайло Тітарчук представив ключові цілі Уряду у виконанні Цифрового порядку денного України, серед яких: “забезпечити доступ громадян до ширококутвого інтернету, особливо у селищах і невеликих містах та експорт “цифрової” продукції і послуг (ІТ-аутсорсинг)”. Він також зазначив, що у рамках Угоди про Асоціацію та Цифрового Співтовариства Україна спільно з ЄС працює над гармонізацією законодавства, виробленням спільних підходів і практик у сфері телекомунікацій, довірчих послуг та кібербезпеки, розбудовою ІКТ-інфраструктури, розвитком електронної торгівлі, у тому числі, і електронних митниць та цифрових транспортних коридорів, та іншими ініціативами. При цьому “державна повинна стати головним драйвером у “цифровізації” та побудови цифрової економіки, а “цифровізація” - пріоритетом економічної політики та ключовим елементом проведенням реформ”. При цьому ключовим завданням «цифровізації» України має бути формування внутрішнього попиту на «цифрові» технології та впровадження їх в усіх секторах економіки, державного управління та суспільного життя. Проте в Україні до цього часу не визначено єдиного державного органу, який би координував та контролював виконання стратегічних планів щодо розвитку ІКТ і цифрової трансформації у відповідності до розробленої “Digital Agenda for Ukraine”.

Для України, яка суттєво відстає від країн ЄС у розвитку навіть мобільних мереж 4G, є сенс одразу зосередитись на підготовці розгортання мереж 5G. Одночасно треба стимулювати в економіці, державному управлінні, в суспільстві відповідний попит на нові послуги та створювати умови для зростання можливостей клієнтів оплачувати такі більш дорогі послуги.

Беспалюк Х. М., Савоніна Н. С.
Національний університет "Львівська політехніка"

ПРИКЛАДИ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Сучасна інноваційна стратегія компанії повинна бути відточена до потреб споживачів, унікальною, щоб продукти чи послуги могли бути оцінені без надмірної конкуренції та складною для копіювання. На стратегічний успіх компанії мають найбільший вплив три складові:

- процес, як все відбувається в компанії, або що може бути названо як його "опора" та наявні моделі практики та навчання;
- позиціонування, наявність технології та інтелектуальної власності, а також клієнтської бази компанії та налагоджених відносин з постачальниками;
- шлях, доступні стратегічні альтернативи для фірми, та перспективні можливості.

Проте, для завоювання ринків та утримання лідерських позицій не обов'язково впроваджувати лише радикальні чи системні поліпшувальні інновації, як показує практика, інколи достатньо малих інноваційних рішень для успіху та отримання конкурентної переваги. Розглянемо детальніше декілька прикладів.

На сьогоднішній день все більшої популярності набуває корейська косметика. Звісно, вона конкурує з європейськими відомим брендами, проте, позиціонує себе «як щось відмінне». Блакитний океан косметичних засобів з Кореї створюється завдячуючи наступним складовим:

- оригінальній рецептурі, в якій наявні інгредієнти, що відсутні в традиційній косметології (наприклад, муцин равлика, зміїна отрута, вулканічний попіл, різноманітне поєднання екзотичних рослин);
- інноваційній технології виробництва («парові креми» створюються за допомогою енергії гарячого пару, що розчиняє і перемішує інгредієнти з такою швидкістю, яка значно перевищує швидкість виготовлення крему, при застосуванні традиційних методів);
- оригінальному дизайні, що створює емоційну привабливість продукції та часто покращує її функціональність (наприклад, кушон – відрізняється від тонального чи ВВ-крему тим, що засіб наноситься на спонж через дрібнопористу губку, що дозволяє використовувати його економніше, наносити тон на обличчя тонше і рівномірніше);
- ціні продукції, яка є доступною, оскільки знаходиться нижче європейської та суттєво вище вітчизняної, що не дозволяє сумніватися в якості, проте не створює ефекту переплати.

З червоного океану (ринку насиченого конкуренцією), виробники корейської косметики взяли лише наявність інгредієнтів, таких як гіалуронова кислота, SPF-фільтри від сонця, масло ши, без яких сучасна жінка не уявляє собі ефективні косметичні засоби. Яскравим прикладом косметики з Азії є компанія «seaNtree», слоган якої – «Колаборація косметики і сучасного мистецтва». Їх продукція упакована в коробочки з надзвичайно яскравим дизайном. Картинки, подеколи казкові, привертають увагу дітей та підлітків, які часто спонукають дорослих до покупки

продукції. Металічну упаковку можна повторно використовувати, що в українському менталітеті є вагомим чинником: купити та не викидати. Відповідно бренд цієї продукції залишається на виду і запам'ятовується без особливих витрат на рекламу.

Спортивні зали стають звичним явищем в графіку сучасної людини. Конкуренція між закладами, які надають такі послуги значна. Virізняється на цьому фоні концепція франчайзингової компанії «FitCurves», яка полягає в організації тренувань по колу, за пів години (великий плюс для працюючих жінок чи тих які мають малих дітей). Їх лозунг звучить як «тренування без чоловіків та без дзеркал», що дозволяє мінімізувати комплекси для людей з надлишковою вагою, яким важко навіть наважитися прийти в спортзал. Додаткові послуги «FitCurves» полягають в навчанні по програмі правильного харчування, підтримки клієнти (постановки цілей по схудненню, щомісячне зважування та заміри), присутні в системі тренувань додаткові силові чи танцювальні заняття для уникнення ефекту звикання.

Також можна навести приклад позиціонування мовної школи «Dakad» у м. Львові, які стверджують, що вони надають послуги лише по вивченню німецької мови, але роблять це якісно. Присутні заняття в різних форматах, для різного рівня знань та з носієм мови. Власне, проблема полягає в тому, що серед пропозицій на ринку, важко знайти вивчення німецької мови на середньому рівні B1-B2, особливо в групах. Більшість мовних шкіл роблять акцент на навчанні англійської мови, або ж вчать різним європейським і східним мовам. «Dakad» обрала стратегію фокусування, і це стало її конкурентною перевагою.

До малих інноваційних рішень можна віднести надання стоматологічних послуг на вихідних та в нічний час. Таке рішення дозволяє захопити три категорії неклієнтів (згідно стратегії блакитного океану), тобто тих, які перебувають на межі ринку компанії і її конкурентів; які свідомо вибрали продукти і послуги конкурентів; які перебувають на далеких від компанії ринках. Людина звернувшись в екстреній ситуації до такої стоматологічної клініки, може стати в подальшому її постійним клієнтом.

Інноваційний розвиток компанії є одним з пріоритетних шляхів досягнення компанією поставлених цілей в умовах конкурентного середовища, для успішного її здійснення необхідно прогнозувати та оцінювати вплив тієї чи іншої групи чинників на цей процес. Незважаючи на тип інновацій: зміна технології, організаційні чи маркетингові, вони передбачають труднощі та зміни. Як наслідок, технологічні можливості та загрози часто важко визначити, важко сформулювати інноваційну стратегію, а результати важко передбачити. Отже, немає рецептів управління та інструментів, які гарантують успіх. У будь-яких випадках здатність вчитися на досвіді та аналізі є суттєвою. Проте, як дослідження, так і досвід свідчать про три основні складові корпоративних інноваційних стратегій:

1. Позиція компанії у порівнянні з її конкурентами з точки зору її продукту, процесів та технологій; і з точки зору національної системи інновацій, в якій вона вбудована.

2. Технологічні шляхи, доступні для компанії, враховуючи накопичені нею компетенції та нові можливості, які вони дозволяють використати.

3. Організаційні процеси, яких слідує фірма, з метою інтеграції стратегічного навчання через функціональні відділи.

1. Tidd, Joe and Bessant, John Managing innovation: integrating technological, market and organizational change, 5th edition. Wiley, 2013 - 582 p. 2. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України. – К., 2015. – 336 с. 3. Кузьмін О.Є, Князь С.В., Тувакова Н.В., Кузнєцова А.Я. Інвестиційна та інноваційна діяльність: Монографія/ за наук.ред. проф., д.е.н., ОЄ.Кузьміна. – Львів:ЛБІ НБУ, 2003. -233 с. 4. Управління інноваційними процесами в межах екосистеми: [монографія] / Н.І.Чухрай, Р. Патора , А.Г. Загородній та ін. / Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 216 с.

КРЕАТИВНИЙ КЛАС ЯК ДЖЕРЕЛО ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ

Інновації на сучасному рівні розвитку економіки є невід'ємною частиною підприємницької діяльності та основним засобом збереження конкурентоспроможності. Час постійно знецінює існуючі продукти і технології, та щоб уникнути технологічного відставання нововведення, бажано прогнозувати і займатися ними постійно, а не тільки при критичних обставинах. Організаційні, технологічні та продуктові нововведення є взаємопов'язані в будь-якій галузі і їх бажано впроваджувати комплексно.

Інноваційність – це самоціль педагогіки, мета її – оптимізувати навчально-виховний процес та забезпечити відповідність умовам та тенденціям соціально-економічного розвитку держави, тобто формувати покоління новаторів, які забезпечать інноваційний розвиток України [1].

Інноваційний процес у сучасних умовах може бути успішним лише за наявності і активності креативного прошарку населення, тому він повинен запроваджуватися не «зверху» або «знизу», а у діалозі держави як замовника інновацій і креативного класу — на основі всебічного узгодження їх інтересів. Креативність визначається як творчі здібності індивіда, що характеризують готовність створювати принципово нові ідеї, які відрізняються від традиційних прийнятих систем мислення, а також здатність вирішувати протиріччя в статичних та динамічних системах [1].

Потреба економіки в креативності зумовила виникнення нового шару суспільства, який Річард Флоріда називає «креативним класом». Креативний клас — це досить слабо диференційоване співтовариство, його важко визначити за якимись жорсткими формальними критеріями, його також неможливо створити «зверху» тобто адміністративним шляхом. Приналежність до цього класу не зумовлюється ні соціальним статусом, ні рівнем доходів і споживання, ні навіть освітою. Найчастіше це люди з внутрішнім «стрижнем», розвиненим вольовим началом, активною життєвою позицією, інноваційним світоглядом, відчуттям власної гідності. Але активність та підприємливість не є визначальною ознакою (скажімо, торговці на ринку — люди здебільшого теж вельми заповзятливі й енергійні). Представники креативного класу нагадують «підприємців» у економічній теорії Йозефа Шумпетера, котрі володіють «підприємницькою здатністю»: вони орієнтовані не на лінійне економічне зростання, а на інновації та економічний розвиток. Яскравим прикладом таких інноваторів та винахідників в Україні були: Сергій Корольов, під його керівництвом була запущена перша міжконтинентальна балістична ракета; Ігор Сікорський, розробив вертоліт; Євген Патон, винахідник різних методів електрозварювання; Микола Амосов - видатний хірург та багато інших видатних українців. Вони своєю працею та любов'ю до своєї роботи внесли вагомий внесок у науковий розвиток не лише для України, а й для всього світу.

Американський соціолог Річард Флоріда зараховує до цього класу творчих професіоналів, задіяних у креативному сегменті економіки — працівників, чия економічна функція полягає у створенні нематеріальних активів, що приносять матеріальні дивіденди — нових ідей, нових технологій і нового креативного змісту[2], тобто стратифікація здійснюється за професійним критерієм. Проте в українських умовах краще використовувати антропо-соціальний критерій — це коли головна класифікаційна ознака пов'язана не з об'єктивними, а з суб'єктивними, психологічними показниками.

У сучасній Україні до кола людей, які становлять креативний клас, можна зарахувати всіх, хто в межах своєї професійної або соціальної діяльності є інноватором, генератором розвитку, творцем «точок зростання». У соціальному плані це, перш за

все, представники галузевої та фундаментальної науки, розробники та реалізатори високих технологій, інженери ВПК, представники деяких сегментів бізнесу (частіше середнього, створеного з нуля, а також венчурного), активна частина міської інтелігенції, що працює у сфері формування духовної та інформаційної реальності. Сюди ж слід зарахувати й представників «рутинних» професій, схильних до інновацій і удосконалень у межах своєї професійної діяльності.

На сьогоднішній день, майже в усіх галузях виникає проблема, де взяти ідею на створення нового продукту, як придумати нову технологію, бо майже все вже винайдено. Щоб генерувати нові ідеї і впроваджувати в життя інноваційні технології потрібно спочатку створити вільний простір, де кожен міг би знайти для себе команду однодумців. В високорозвинених країнах вже давно почали стимулювати розвиток «креативного класу», що дає свої продуктивні результати.

1. Окара А. Н. Новая идея для новой Украины / А. Н. Окара // День. — 2010. — № 98, 102 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.day.kiev.ua/299529>. 2. Ричард Флорида. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: «Классика XXI», 2007, с.23-24.

Бондарчук М.К., Алексєєв І.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У ОБ'ЄДНАННЯХ ПІДПРИЄМСТВ

Інновації об'єднань підприємств – це не тільки технічні та технологічні розробки, але й нові товари, нові послуги фінансово-кредитного, страхового, інвестиційного, довірчого, лізингового характеру, нові сприятливі умови для клієнтів, включаючи ціни та інше, які дозволяють покращити діяльність таких інтегрованих об'єднань [1].

До етапів реалізації інноваційних перетворень у об'єднаннях підприємств пропонуємо віднести такі [3]:

Етап 1. Формування інноваційної ідеї та дослідження можливостей її практичної реалізації (можливе формування інноваційних ідей у промисловому, торговельному, фінансово-кредитному підрозділах ОП).

Етап 2. Державне регулювання інноваційного розвитку промислово-фінансової групи .

Етап 3. Економіко-математичне моделювання оцінки фінансово-господарської діяльності ОП в період інноваційних перетворень.

Етап 4. Реалізація (впровадження) інновації у ОП (забезпечення реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках для новостворюваних видів послуг та продукції; таке впровадження інновацій має включати маркетинг, виставкову і рекламну діяльність, патентно-ліцензійну роботу та захист інтелектуальної власності тощо) [3].

Етап 5. Формування кадрового потенціалу для інноваційного розвитку ОП (створення Інституту інновацій ОП; взаємодія ОП на договірних засадах з вищими закладами освіти або інститутами Академії наук; підготовка і перепідготовка кадрів для інноваційної діяльності, включаючи навчання окремих науковців, спеціалістів і керівників).

Етап 6. Забезпечення фінансовими і матеріальними ресурсами учасників інноваційного процесу у ОП.

Етап 7. Управління інноваційними ризиками у ОП (розрахунок ризику та визначення взаємозв'язку між величиною та ефективністю використання конкретної

стратегії є одним з критеріїв для прийняття рішення на користь тієї чи іншої стратегії інноваційного розвитку ОП).

Етап 8. Внутрішній аудит і консалтинг інноваційної діяльності ОП (неадекватні витрати, які можуть виникнути в результаті інноваційної діяльності ОП, характеризують практично гарантований шлях до фінансової кризи, тому головним завданням внутрішнього аудиту є нагляд за витратами ОП і встановлення меж їх адекватності.

1. Бондарчук М.К. Антикризисні інновації та напрями їх фінансування в об'єднаннях підприємств: [Обліково-фінансове забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки України на інноваційній основі: колективна монографія] / [Бондарчук М.К., Шоля Р.І.] / за заг. ред. Г.Є. Павлової та І.П. Приходька. — Дніпропетровськ: Герда, 2015. - 436с. 2. Gerisch R., Hofmann W., Aufgaben und Probleme der Entwicklung in den Kombinatzen zur Erhohung der volkswirtschaftlichen Effektivitat. In Wirtschaftswissenschaft, Berlin 27 (1979) 2, S.139.].

Бохонко І.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ ПЕРЕХІД ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У сучасних умовах господарювання рівень енергоспоживання, ощадливе використання електроенергії є визначальними факторами економіки будь-якої країни, особливо там де наявний дефіцит енергоносіїв. Через обмеженість енергоресурсів в Україні втрати електроенергії перетворилися зі звичайного звітного показника в один з важелів керування економічною ефективністю роботи енергопостачальних підприємств. Викликом конкурентоспроможності національної економіки є низький рівень її енергоефективності та переважання у структурі економіки енергоємних виробництв. До цього часу завдання підвищення енергоефективності національної економіки так і не стало визначальним. До останнього часу держава та суспільство України продовжували діяти за інерцією стереотипів існування надлишку енергоресурсів, а державна економічна політика не стимулювала їх ефективного використання.

Ключовою особливістю сучасних глобальних економічних процесів є стрімке нарощування конкурентної боротьби між країнами за обмежені природні ресурси, основними з яких є енергетичні товари та продукти харчування. Практично жодна країна світу не може повністю забезпечити себе такими ресурсами. Як показують результати багатьох наукових досліджень, використання традиційних енергоресурсів (вугілля, нафта, газ) наносить значну шкоду екосистемі планети та спричиняє зміни клімату, що у свою чергу позначається на здоров'ї та умовах життя населення і, як наслідок, на світовій та національній економіках. Через це в останні десятиріччя світова спільнота активно розвиває технології та засоби використання невичерпних і чистих джерел енергії, таких як вітер, сонячне випромінювання, відновлювані біоенергетичні ресурси та інші.

Виходячи з поточного стану електроенергетичної галузі та оцінки проблем і перспектив її розвитку, можна стверджувати, що ефективне транспортування електричної енергії для забезпечення внутрішнього попиту та якісного функціонування підприємств цієї галузі необхідне будівництво нових енергоблоків на основі сучасних технологій, реконструкцію та технічне переоснащення наявних генеруючих

потужностей. Одним із визначальних заходів економії ресурсів є зменшення втрат електроенергії при транспортуванні мережами.

У разі впровадження цільової політики розвитку відновлюваної енергетики, що було умовою Революційного сценарію «енергетичного переходу» України, цілком реально збільшити частку відновлюваних джерел енергії в структурі кінцевого споживання енергетичних ресурсів в 2050 р. до 91%, скоротивши при цьому потреби в енергоресурсах на 42% порівняно з Консервативним сценарієм за рахунок впровадження заходів з підвищення енергоефективності та енергозбереження [1]. Тобто результати моделювання Революційного сценарію свідчать про те, що Україна володіє достатнім відновлюваним енергетичним потенціалом, який може забезпечити повне покриття потенційного попиту на енергетичні ресурси та послуги навіть за умов збереження високої частки енергоємної промисловості в країні. У разі забезпечення повного або принаймні часткового вітчизняного виробництва технологій в Україні можуть бути вирішені не лише енергетичні, екологічні та кліматичні проблеми, але також і соціально-економічні.

1. https://www.energybrainpool.com/fileadmin/download/Studien/Studie_2017-06-26_GPE_Studie_KalteDunkelflaute_Energy-Brainpool.pdf

Бублик М. І., Лісовська Л. С., Медвідь Р. В.
Національний університет «Львівська політехніка»

МОЖЛИВОСТІ ТА ТРУДНОЩІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ У СФЕРІ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Європейський Союз активно провадить політику, спрямовану на підвищення рівня захисту прав інтелектуальної власності, а для України, яка взяла курс на євроінтеграцію та активно його реалізовує, питання щодо захисту прав інтелектуальної власності набувають додаткового значення. Проблема захисту прав інтелектуальної власності не є унікальною тільки для України, а є спільною для всього світового співтовариства. У рамках Угоди про асоціацію наша країна взяла на себе низку зобов'язань задля забезпечення належного рівня захисту сфери інтелектуальної власності, які аналогічні для всіх країн-членів ЄС, адже незважаючи на таке численне законодавство та інфраструктуру, охорона прав інтелектуальної власності в Україні є досить поганою.

Проаналізувавши останні дослідження та публікації відомих вчених щодо підвищення рівня захисту прав інтелектуальною власності в умовах української євроінтеграції, зокрема роботи: О. Орлюк, О. Зелінської, В. Мовчан, О. Сушка, М. Емерсона та інших, які досліджують основні результати впливу імплементації економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, однак не достатньо розкрито можливості та труднощі, які можуть виникнути в процесі здійснення домовленостей.

У тексті Угоди про асоціацію між Україною та ЄС глава 9 розділу IV «Торгівля й питання, пов'язані з торгівлею» безпосередньо присвячена інтелектуальній власності. У цій главі сформульовано 2 головні цілі [1]: спрощення створення і комерційного використання інноваційних продуктів та продуктів творчої діяльності на території Сторін; і досягнення належного та ефективного рівня охорони і захисту прав інтелектуальної власності. Метою глави 9 є [2, с.31] посилення процесу виробництва та комерціалізації інноваційних товарів та винаходів, а також посилення належного та ефективного рівня охорони та реалізації прав інтелектуальної власності.

Важливим, перш за все, є належне запровадження положень Угоди про асоціацію у сфері прав інтелектуальної власності, що дасть змогу удосконалити та модернізувати українське законодавство у цій сфері відповідно до передової практики ЄС. Це дозволить істотно сприяти економічному розвитку України її міжнародних відносин.

Положення розділу IV «Торгівля й питання, пов'язані з торгівлею» [1; 2, с.31] визначають правову основу співробітництва між Україною та ЄС, передбачають відповідні зобов'язання України щодо наближення свого законодавства до законодавства ЄС і охоплюють такі об'єкти права інтелектуальної власності, як [2, с.31] авторські права, включаючи авторські права щодо комп'ютерних програм та їх баз даних і права, що пов'язані із авторським правом, права, пов'язані із патентами на біотехнологічні винаходи, торговельні марки, торговельні назви, дизайн, положення щодо охорони нерозкритої інформації та захисту від нечесної конкуренції, а також положення щодо захисту географічних зазначень ЄС в Україні та навпаки, включаючи положення щодо визначення походження, зазначення джерел і різновидів рослин, перехідних періодів, механізму та обсягів відшкодувань.

У процесі імплементації Угоди про асоціацію виникатимуть проблеми щодо географічних зазначень, бо чимало українських виробників харчових продуктів та алкогольних напоїв використовують географічні зазначення ЄС. Водночас Україна домовилася, як вказано у [3, с. 108, 114], про десятирічний перехідний період і компенсаційний пакет для модернізації підприємств, яких торкнеться зміна назви продукції внаслідок захисту географічних зазначень і просування української продукції під новими брендами на ринки ЄС.

Основним каменем спотикання у сфері прав на інтелектуальну власність в Україні є колективне управління авторськими правами і суміжними правами. Запропоновані в Угоді про асоціацію зміни сприятимуть підвищенню прозорості організацій колективного управління і вдосконалення системи збирання і виплати роялті.

Законодавчі зміни щодо організації колективного управління зараз займають не першочергові пріоритети, тим паче, що не всі організації колективного управління представляють інтереси правовласників. З часу підписання та ратифікації Угоди про асоціацію [4] одна компанія корпоративного управління була позбавлена акредитації, проти декількох організацій проводилось розслідування, а ще 15 фірм продовжували працювати, не сплачуючи їхнім правовласникам роялті. Також до цього часу не створено ще жодного інституційного механізму переходу до єдиного використання ліцензованого програмного забезпечення, і тому в результаті [4] отримуємо, що частка «піратського» програмного забезпечення сягає 60-80% користувачів.

Україна повинна вдосконалити та модернізувати систему подання заявок на торговельні марки, відповідно до [3, с. 115], шляхом доступу через Інтернет до інформації про вже подані заявки, промислові зразки, географічні зазначення, а також шляхом регулювання звернень щодо промислових прав і поновлення прав на об'єкти промислової власності. Це дозволить як українським, так й іноземним виробникам контролювати та відстежувати процес розгляду заявки на реєстрацію і подавати скарги у випадку виявлення порушень щодо їхніх прав інтелектуальної власності.

Велика кількість проблем, які потребують якнайшвидшого ефективного регулювання безпосередньо пов'язані з охороною прав інтелектуальної власності у мережі Інтернет. Загалом їх вирішення сприятиме підвищенню загальної ефективності охорони прав інтелектуальної власності, а також дозволить Україні позбутися статусу однієї з провідних «піратських» країн, який викликає серйозні занепокоєння щодо ситуації у сфері прав інтелектуальної власності в Україні.

Отже, задля розвитку та підтримки інноваційної інфраструктури в Україні необхідно прикласти багато зусиль щодо реформування та модернізації системи прав інтелектуальної власності. Першочерговими та найважливішими проблемами у цій сфері є несправедливе й непрозоре управління системи колективних авторських прав,

нелегальне поширення та використання програмного забезпечення, а також неспроможність боротися з масовим характером порушення авторських та суміжних прав загалом, а в тому числі і в мережі Інтернет. Перед Україною, що обрала для себе інноваційний шлях розвитку та розбудову економіки знань, стоїть невідкладне завдання щодо створення умов для належного та ефективного захисту прав інтелектуальної власності. Поступова реалізація зазначених кроків надасть можливість створити в Україні умови, привабливі як для бізнесу й інвестування, так і для підтримки та забезпечення поваги до національного автора, творця.

1. *Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529(01)&from=EN). 2. Сушко О. В. Угода про асоціацію Україна-ЄС: дороговказ реформ / О. В. Сушко. – Київ: KAS POLICY PAPER 20, 2012. – 55 с. – (Інститут Євро-Атлантичного співробітництва). 3. Поглиблення відносин між ЄС та Україною Що, чому і як? / за заг. ред. Майкла Емерсона і Вероніки Мовчан. – Київ-Брюссель : Центр європейських політичних досліджень (CEPS), Інститут економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД), 2016. – 267 с. 4. Орлюк О. П. Захист прав інтелектуальної власності в контексті європейської інтеграції / О. П. Орлюк. // Вісник Національної академії правових наук України. – 2016. – №3. – С. 58–74.*

Ванькович Л.Я.

Національний університет «Львівська політехніка»

ДИFUЗИЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ

Одним з можливих інструментів забезпечення сталого розвитку економіки країни можна вважати явище дифузії інновацій загалом і дифузії результатів інноваційної діяльності підприємств зокрема. Чому дифузії інновацій можна розглядати на макрорівні як засіб для забезпечення сталого розвитку економіки та як засіб комерціалізації науково-технічних розробок на мікрорівні? Тому що сталий розвиток забезпечується поступовими якісними і кількісними змінами народного господарства, які у свою чергу можуть бути різного роду інноваціями. Виходячи з обмеженості ресурсів в межах окремої економіки швидкість поширення інновацій і визначатиме тривалість сталого розвитку. Завдяки управлінню процесом дифузії інновацій можна пришвидшувати сталий розвиток (а також комерціалізувати та поширювати науково-технічні розробки) чи уповільнювати його. Інновації тісно «пов'язані» з інформацією, що має здатність до поширення у просторі [1].

Відповідно до просторової теорії поширення інновацій шведського вченого Т. Гегерстранда дифузія інновацій має певні закони розповсюдження і може бути змодельована; дифузія інновацій є основним чинником соціального ефекту; швидкість дифузії інновацій є в залежності не від географічної відстані, а від передавальної можливості міст, через які вона реалізується, та від того, наскільки сильні та ефективні там зв'язки між людьми. Це й впливає на сталий розвиток економіки на макрорівні або ж дифузія інновацій як останній етап інноваційного процесу визначає подальшу ефективність комерціалізації науково-технічних розробок.

Власне, у просторі згідно з Т. Гегерстрандом інновації поширюються у трьох напрямках: від центрів найвищого ієрархічного рівня до центрів найнижчого рівня; від

розвинених економічних районів до периферійних територій; від великих міст у приміські зони [2].

Таким чином протягом процесу поширення інновацій (як наслідок, додаткові доходи, соціальні та технологічні покращення) здійснюється сталий розвиток економіки країни (регіону, інституційної одиниці).

У запропонованій теорії дифузії інновацій Т. Гегерстранд виділив 4 стадії або «хвилі інновацій»: 1) виникнення або зародження дифузійного процесу; 2) реальна дифузія інновацій, яка приводить до утворення нових центрів розвитку; 3) нагромадження потенціалу розвитку території; 4) підйом розвитку (насичення) території до максимуму за існуючих умов. При цьому дифузія може бути трьох типів: інновація рівномірно поширюється в усіх напрямках від центру її генерування (дифузія розширення), поширення в певному напрямку або за якою-небудь ознакою (дифузія переміщення) та дифузія змішаного типу. Відповідно до теорії Т. Гегерстранда інновації мають здатність до швидкого поширення в обмеженій кількості регіонів, а врешті – повільнішими темпами через відсутність інфраструктури чи соціальних зв'язків. Враховуючи це французький науковець, представник інституціонально-соціологічної школи Ф. Перру запропонував теорію полюсів зростання, відповідно до якої нововведення створюють умови для утворення агломерацій інноваційного типу навколо інноваційної галузі. Такі полюси зростання, як правило, чинять позитивний мультиплікаційний вплив на територію довкола них. Водночас Ф. Перру зауважував, що значна нерівномірність у поширенні інновацій може мати й негативні наслідки, оскільки вона має властивість збільшувати регіональну асиметрію економічного розвитку країни [3, с. 41].

З метою унеможливлення таких негативних тенденцій та вибору перспективних векторів інноваційного розвитку економіки С. Ілляшенко запропонував деякий алгоритм, який передбачає врахування інноваційного потенціалу різних регіонів [4].

Сталий інноваційний розвиток економіки можливий за умови створення в ній сприятливого інвестиційного клімату, його інвестиційної привабливості. До інноваційних факторів вартує віднести, в т.ч. технологічну (зв'язок, інтернет-комунікації і т.п.) і наукову інфраструктуру та виділити їх як окремі субфактори інфраструктури. Технологічну інфраструктуру регіонів формують і характеризують: сфера зв'язку, особливо інтернет-комунікації, рівень технологічної кооперації, забезпеченість регіонів інженерними кадрами та фінансами для подальшого розвитку цього виду інфраструктури. Щодо інтернет-комунікацій варто зауважити, що вони, ще більшою мірою, ніж розвиток сучасної транспортної інфраструктури, знижують роль просторового чинника в розвитку й розміщенні продуктивних сил і у процесах комерціалізації науково-технічних розробок та технологічної співпраці підприємств [5].

У зв'язку з асиметрією регіонального розвитку (кластеризацією) багатьом економічним системам характерний хвилеподібний розвиток. Цей факт дає об'єктивний шанс економікам країн, які знаходяться в стані реформування, зробити свій «інноваційний прорив» сталого розвитку. Інноваційні кластери, які мають ключове значення за умов модернізаційних пріоритетів сталого розвитку економіки є базовими ядрами, центрами інноваційних полюсів. За таких умов дифузія результатів інноваційної діяльності підприємств чи кластерів загалом, змінюючи традиційну структуру економічного простору країни, є водночас логічним продовженням комерціалізації науково-технічних розробок та новими джерелами сталого розвитку регіонів.

1. Князь С.В. Декомпозиція дифузії результатів інноваційної діяльності як інструмент сталого розвитку підприємств / С.В. Князь, Л.Я. Ванькович // Сталий розвиток – стан та перспективи: Збірник матеріалів Міжнародного наукового симпозиуму (28 лютого – 3 березня 2018 р., Львів-Славське, Україна). Львів : Панорама. – С. 222 – 223. 2. Hägerstrand T. Innovation diffusion as a spatial

process [Innovationsförloppet ur korologisk synpunkt] [Електронний ресурс] / Т. Hägerstrand // Postscript and translation by Allan Pred. Chicago: University of Chicago Press. – 1967. – 334 p. – Режим доступу: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1538-4632.1969.tb00626.x/pdf>. 3. Брикова І. В. Концепція міжнародної конкурентоспроможності національного регіону та її практичний вимір / І. В. Брикова // Міжнародна економічна політика. – 2006. – № 4. – С. 29–53. 4. Ілляшенко С. М. Міжнародні аспекти конкурентоспроможності регіонів України і їх урахування при обґрунтуванні траєкторії інноваційного розвитку / С. М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки : зб. наук. праць. – 2010. – № 3, т. 2. – С. 59–65. 5. Захарченко С. Рівень розвитку інфраструктури як чинник конкурентоспроможності регіонів України / С. Захарченко // Збірник наукових праць. – Вип. 39. – Ч.2. – 66-73.

Винничук Р.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ УСПІШНОГО ТАЛАНТ-БРЕНДУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах жорсткої конкуренції, коли компанії ведуть боротьбі не лише за клієнтів, але й за працівників, загальний позитивний імідж організації має надважливе значення. Мова йде не лише за якість продукції та обслуговування, не лише за розвиток техніки та технології, не лише за соціальну взаємодію та відповідальність – всі ці показники звісно мають безпосередній вплив на загальний бренд організації. Мова навіть йде не за бренд працедавця, на який організації звертають все більше значення. В контексті боротьби за найкращих працівників на ринку праці, на перший план виходить поняття талант-бренду організації.

Для встановлення чіткого розуміння поняття талант-бренду слід визначити, чим воно відрізняється від бренду працедавця, а також чому ці поняття сучасні практики в управлінні персоналом та управління талантами розділяють.

Про бренд працедавця почали говорити порівняно нещодавно – на початку 90-х років минулого століття. Його визначають як загальний імідж організації в контексті сприятливого місця праці. За твердженнями авторів цього поняття, С.Берроу та Т.Емблера, бренд працедавця – це сукупність функціональних, економічних та психологічних переваг, які надає працедавець і які ототожнюються з ним [1]. Основним акцентом, на який треба звернути увагу, досліджуючи відмінності між брендом працедавця та талант-брендом, це те, що бренд працедавця цілеспрямовано створюється самою організацією. Використовуючи весь можливий спектр маркетингових інструментів, компанія може впливати на середовище та думку суспільства щодо загальної ситуації з працевлаштування та задоволення працею працівників. Таким чином, створення позитивного бренду працедавця значною мірою залежить від самої організації та її маркетингової стратегії.

На противагу цьому, талант-бренд формується виключно працівниками організації. Про нього почали говорити лише кілька останніх років – тому це поняття нове і лише починає досліджуватися. Передумовами його виникнення стали, зокрема, глобалізація, стрімкий розвиток інформаційних технологій та зміна покоління працівників.

Глобалізація передбачає стирання кордонів на ринку праці. Новітні працівники-таланти є достатньо гнучкими та мобільними для того, щоб не обирати сталий спосіб життя і роботи, а вільно пересуватися по світу, будуючи свою кар'єру.

Розвиток інформаційних технологій та поширення соціальних мереж зумовив пришвидшення обміну інформацією між працівниками та потенційними працівниками на ринку праці. Від моменту співбесіди та прийняття на роботу до моменту звільнення працівника, основна інформація про психологічний клімат в колективі, переваги та недоліки того чи іншого працедавця, конфліктні ситуації тощо може бути доступна широкому загалу користувачів соціальних мереж. Знайти неофіційні відгуки на протиположну задекларованому компанією бренду працедавця є кількахвилинною справою, а тому, організаціям слід чітко розуміти основні принципи прозорості та коректності ведення бізнесу.

З іншого боку, зміна поколінь та прихід покоління міленіалів, яке зараз формує молодий та перспективний ринок робочої сили кардинально змінює взаємозв'язок працедавець-працівник. На 2020 рік прогнозовано 50% усього ринку праці будуть складати саме міленіали, які мають інші за звиклі до цього часу підходи до роботи. Ці працівники шукають цікаві проекти, нові знання та досвід та прагнуть працювати не для отримання прибутку, а в першу чергу для задоволення. Тому для них першочерговим завданням є отримати якомога об'єктивнішу інформацію про організацію, куди вони подають резюме чи йдуть на співбесіду. І тут йде мова про талант-бренд.

Зважаючи на вищесказане, організаціям слід переглянути класичні підходи до формування стратегії управління персоналом, яка у світлі сьогоднішніх HR-трендів може виявитися неефективною. Мобільність, динамічність, диджиталізація, глобалізація – ці фактори мають прямий і вагомий вплив на роботу з працівниками. Для формування ефективного талант-бренду можна запропонувати кілька кроків, які має зробити організація, що думає про майбутнє. Зокрема, створення ефективної системи комунікацій та зворотного зв'язку. Працівникам організації, особливо в контексті талант-менеджменту, важливо розуміти, що їх чують та до них прислухаються. Елемент залученості є надзвичайно важливим для формування лояльності працівників. Таланти визначаються як ініціативні та працелюбні, але й такі, що прагнуть розуміння і визнання. Не менш важливим в системі комунікації є прозорість та об'єктивність. І це стосується не лише внутрішніх комунікацій, але й комунікацій зовнішніх – при підборі та залученні персоналу. Кандидат, який прийшов на співбесіду має в коректній формі отримати чітку інформацію та основні критерії, за яким він пройшов чи не пройшов відбір. Саме з моменту співбесіди й починає працювати талант-бренд. Кандидат, покинувши співбесіду з тим чи іншим результатом починає комунікувати зі своїм зовнішнім середовищем і додає свою думку про організацію до спектру інших існуючих на ринку думок.

Не менш важливим, як вже було зазначено, є формування лояльності працівників до організації. Тут починають працювати і класичні підходи до управління персоналом, й інноваційні. Система мотивації, яка ґрунтується на особистісних потребах кожного працівника, його стимулах та мотивах, не відштовхуючись від посади, стажу роботи чи інших бюрократичних показників; система розвитку персоналу, яка розвиває саме ті навички, які необхідні працівникові для роботи з конкретним завданням чи проектом; система оцінювання працівників, яка спирається на модель компетенцій та оцінює результативність та продуктивність працівників; система наступництва в організації, яка відображає принципи та етапи цього процесу, а також перспективи кожного працівника в цьому контексті – все це у взаємозв'язку працює на формування лояльності працівників до організації, відчуття їх приналежності та важливості, їх відгуків про організацію-працедавця в суспільстві, а отже створення позитивного талант-бренду.

Розуміємо, що формування талант-бренду є процесом активним і не залежить лише від якогось одного відділу чи підрозділу. Над ним повинні працювати всі керівники організації, моніторячи та швидко реагуючи на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Якщо говорити про Україну, то, на жаль, про талант-бренд у вітчизняних підприємствах мова не йде. Не досліджується це питання й українськими науковцями, що на нашу думку є стратегічно неправильно, зважаючи на рух нашого

суспільства в сторону глобалізації та інтернаціоналізації. З точки зору інноваційності підприємств пора звертати увагу на сучасні тренди в розвитку персоналу, інноваційні HR-підходи та виклики суспільства.

1. Цимбалюк С. О. Формування бренда роботодавця на ринку праці / С. О. Цимбалюк // Ринок праці та зайнятість населення. - 2016. - № 1. - С. 21-25. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rpzn_2016_1_6.

Віблій П.І., Лащик І.І., Конюховська Н.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Банки – важливий інституційний елемент в економіці будь якої ринкової країни, оскільки, виконуючи посередницьку роль, вони акумулюють у своєму розпорядженні значну суму коштів вкладників та, на засадах комерційного розрахунку, забезпечують обслуговування населення. Важливим є те, що банки залучають кошти значно більші, а ніж власний капітал, що дає можливість інвестувати їх. Інвестиційна діяльність банків, як особливий вид банківського бізнесу, реалізована через випуск, купівлю-продаж акцій, облігацій, брокерські операції та фінансовий інжиніринг, дає змогу банкам ефективніше використовувати власні можливості одержання прибутків, підтримуючи при цьому показники ліквідності на необхідному рівні [3].

Головним завданням є структуризація банківського інвестиційного портфелю, що забезпечує адекватний облік коштів баку та ефективну диверсифікацію їх вкладень [1, с.250]. Саме завдяки правильному вибору вектору інвестицій, банки, вклавши кошти в нерухомість, цінні папери, статутні фонди підприємств, колекції, дорогоцінні метали тощо на відповідний термін, отримують процентний та дивідендний доходи, прибутки від перепродажу та інші прямі та непрямі доходи. Проте, не завжди ефективність інвестування залежить від самих банківських установ, найчастіше вони страждають від зовнішніх чинників. На даному етапі розвитку України, недоопрацьоване та погано реалізоване на практиці, законодавство створює низку проблем для перспективного розвитку вкладення залученого грошового капіталу:

- нечіткість регулювання питань захисту права власності, справляння податків, набуття власності земельних ділянок, споруд та інтелектуальних прав, а також здійснення підприємницької діяльності та безпосереднього контролю за нею;
- відсутність дієвих механізмів державно-приватної співпраці в інвестуванні;
- низький рівень державної підтримки інвестиційних проектів та інвестиційної діяльності в цілому;
- низький розвиток платформи та загалом інфраструктури банківського інвестування;

Розуміння вагомості інвестиційної функції для банківських установ, як основного способу досягнення цілей - максимізації прибутків та підтримання ліквідності, як і з боку держави, так і з боку банків забезпечить покращення інвестиційного клімату та інвестиційної діяльності банків на фондовому ринку. Практичним виконанням цього повинно бути покращення нормативно-правової та організаційної бази що регламентувало та гарантувало б захист прав та свобод банків у інвестиційному процесі.

1. Василенко Д.В. Особливості здійснення банківської інвестиційної діяльності в Україні / Д.В. Василенко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного

університету: *Економічні науки*. – 2008. – № 13. – С. 248 – 255. 2. Нагорна О. В. *Інвестиційна діяльність як особлива сфера банківської діяльності [Електронний ресурс] / О. В. Нагорна, Ю. В. Василюшен // Ефективна економіка*. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2189>. 3. Харченко А. М. *Комерційний банк як суб'єкт інвестиційних відносин [Електронний ресурс] / А. М. Харченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/01/4-178-187.pdf>.

Віблий П.І., Лащик І.І., Цюрось Д.Г.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Основою сучасних економічних відносин і найбільш впливовою формою бізнесу є транснаціональні корпорації, які під впливом глобалізації виходять на нові ринки і прагнуть розширення своєї економічної влади.

За офіційним визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку, транснаціональні корпорації – це міжнародні підприємства, що об'єднують юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох чи більше країнах і проводять єдину економічну політику та загальну стратегію завдяки одному або декільком центрам прийняття рішень. Головною метою ТНК є отримання максимального прибутку за рахунок дешевших ресурсів виробництва, доступ до ринків збуту та диверсифікація ризиків за рахунок послаблення залежності від кон'юнктури в певній окремій країні [3].

Останнім часом транснаціональні корпорації почали з'являтися переважно в тих країнах, що розвиваються. Це зумовлено пошуками нових ринків виробництва та збуту, дешевої робочої сили, нових сировинних баз зі зниженням витрат на виробництво з метою максимізації прибутку.

На українському ринку присутні світові ТНК, які здійснюють діяльність за допомогою своїх дочірніх підприємств та філій. Нині в Україні зафіксовано більше 7 тис. філій іноземних ТНК [3]. Саме тому в Україні проблеми взаємодії з ТНК набувають особливої актуальності, що підтверджує рисунок 1.

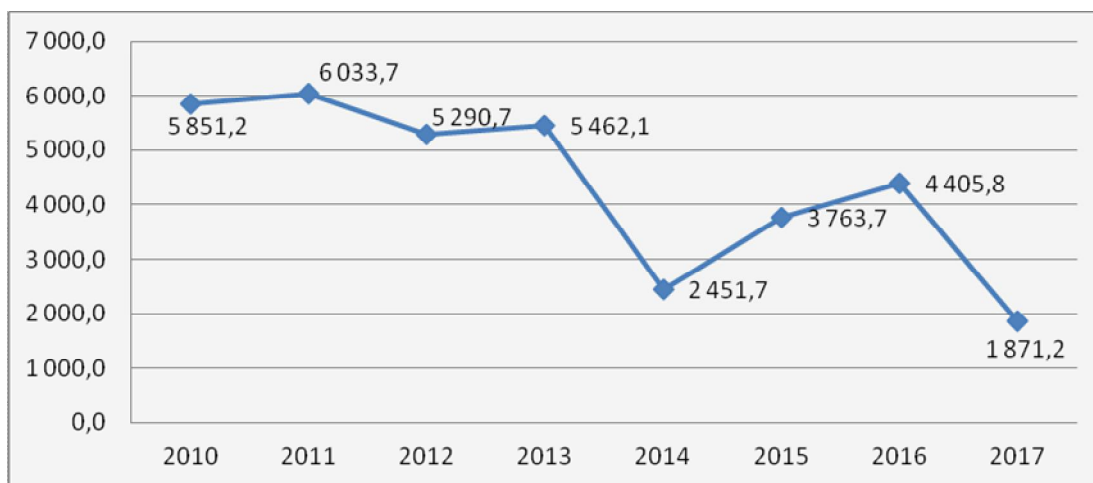


Рис. 1. Надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України, млн. дол. [2]

Проаналізувавши дані рисунку, бачимо, що у 2017р. обсяги прямих іноземних інвестицій зменшилися до рекордно низької суми – 1 871,2 млн. дол., що є менше половини обсягу ПІІ за 2016р. Це свідчить про зниження інвестиційного клімату в Україні.

Проте інтерес з боку ТНК до України не спадає, оскільки держава є великою сировинною базою для іноземних країн. Найбільш привабливими галузями української економіки для ТНК є фінанси та страхування, промисловість, оптова та роздрібна торгівля тощо (рис. 2). Одним з найважливіших факторів діяльності ТНК в Україні є наявність значних запасів сировини (вугілля, залізна руда, сірка тощо), відповідна добувна і транспортна інфраструктура, а також відносно дешева робоча сила.

Як бачимо, найбільшу частку 34,6% прямих інвестицій припадає на фінанси та страхування, що свідчить про розвиток цих сфер на території України. Друге місце посідає промисловість – 28%. Отже, можна стверджувати, що іноземні ТНК не прагнуть вкладати кошти у високотехнологічні галузі, а більшість інвестицій спрямовують у сфери, які дають змогу швидко отримувати високі прибутки за досить короткий термін.

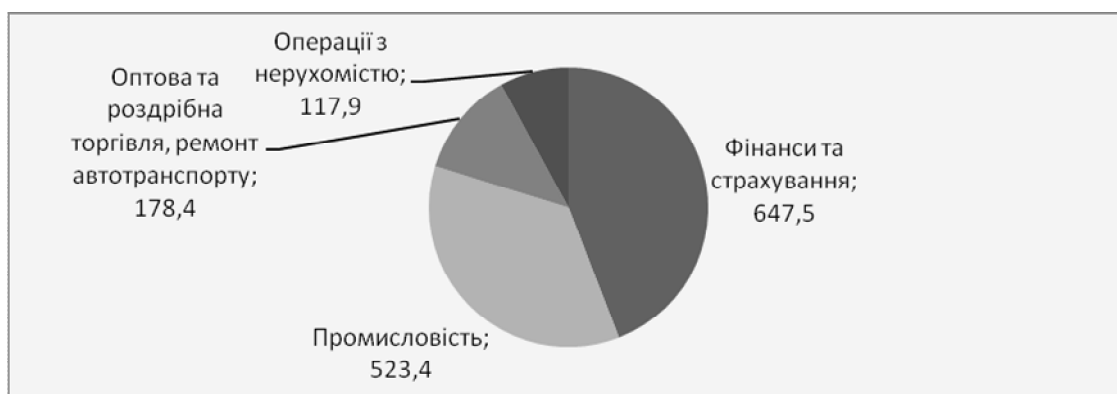


Рис. 2. Найбільші обсяги прямих іноземних інвестицій за видами економічної діяльності в Україну у 2017 р., млн. дол. [1]

На початок 2017 р. в Україні діяло понад 30 світових ТНК, найбільшими з яких є: CocaCola, Carlsberg, Danone, McDonalds Corporation, Metro Casg&Carry тощо. Основними інвесторами у 2017р. стали такі країни, як Кіпр (9925,4 млн. дол.), Нідерланди (6326,1 млн. дол.), Велика Британія (2155,8 млн. дол.) [2]. Україна ж виступає переважно як країна, що приймає ТНК і певною мірою випробовує на собі переваги і недоліки їх діяльності.

Отже можна виділити такі переваги діяльності ТНК в Україні: покращення виробничої бази України; використання досягнень науково-технічного прогресу; реструктуризація економіки; інтернаціоналізація та глобалізація.

Проте існують і певні недоліки, серед яких: використання економіки України як сировинної бази; ведення бізнесу у напрямках вигідніших для іноземної економіки; порушення прав національної робочої сили; уникнення сплати податків у зарубіжних країнах; високий вплив ТНК на економіку України.

Також варто зазначити, що іноземні інвестори можуть нав'язувати національним підприємствам свої корпоративну культуру, екологічно небезпечні матеріали. У багатьох країнах такі галузі, як металургія, транспорт, суднобудування, енергетика та телекомунікації є закритими для іноземних інвесторів, оскільки вони є основою національної економічної безпеки. Проте Україна дає змогу іноземним інвесторам увійти у ці галузі, що може призвести до зростання залежності економіки країни від іноземних ТНК.

Ще одним негативним моментом можна назвати використання країни як місце для виконання механічних операцій, при досить високому інтелектуальному та науково-технічному потенціалі, що здатен забезпечити власний технологічний прорив. Відповідно до цього, Україна повинна оптимально використовувати можливості транснаціоналізації, за потреби нейтралізуючи її негативні наслідки.

Отже, щоб мінімізувати ризики транснаціоналізації національної економіки, Україні доцільно чітко регулювати та контролювати діяльність ТНК на місцевому ринку, поступово підвищуючи конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

1. Аналітичний портал «Слово і діло» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/> 2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 3. Рябець Н.М. Роль ТНК країн, що розвиваються, в умовах посилення диспропорцій економічного розвитку країн / Н.М. Рябець // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* – 2014. – № 2. – С. 39–45.

Войтович Д.П.

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЬВІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ В ГАЛУЗІ ЦИВІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності (далі – ЛДУ БЖД) вважається провідним вищим навчальним закладом, що здійснює підготовку висококваліфікованих кадрів в галузі цивільної безпеки. Високі консолідовані рейтингові оцінки за останні декілька років підтверджують його реноме. Так, за підсумками освітнього ресурсу osvita.ua в «ТОП-200 Україна» ми посіли 98 місце, що відповідає 5 місцю у Львові та першому в системі відомчих навчальних закладів ДСНС України.

Значний поштовх до таких високих результатів надав подальший розвиток діяльності ЛДУ БЖД у сфері міжнародного партнерства та співробітництва. Першим вагомим кроком можна вважати підписану у 2013 році «The Magna Charta Universitatum». Цим документом ЛДУ БЖД поклав на себе зобов'язання дотримуватись принципів академічної свободи та інституційної автономії у своїй діяльності та засвідчив свою приналежність до міжнародної академічної спільноти, яка сповідує споріднені академічні цінності.

ЛДУ БЖД в межах своєї галузі є членом Асоціації коледжів Європейських пожежних служб (European Fire Service Colleges Association (EFSCA)). На сьогоднішній день дана асоціація EFSCA об'єднує 27 центрів підготовки пожежних із 27 країн Європейського співтовариства та 4 країн Європейської торгової асоціації, одним із основних завдань якої є заохочення та сприяння дослідженням у даній галузі діяльності.

Вже понад десять років ЛДУ БЖД має достатньо хороші та теплі стосунки з польськими вузами-партнерами у різних галузях освіти. Зокрема, у напрямку пожежної безпеки спільно є реалізованими значна кількість програм та грантів. В рамках останнього проекту «Polska pomoc» із вузом-партнером Szkoła Główna Służby Pożarniczej (SGSP) наш навчальний заклад отримав сучасний модульний тренажер контейнерного типу для провадження практичної підготовки особового складу у непридатному для дихання середовищі.

За останні три роки нам вдалось отримати чотири гранти, три із яких реалізовані в рамках програми мобільності для вищої освіти між країнами партнерами Erasmus+ та British council. Останній наведений проект у списку додатково відкрив нам можливість втілити проект під назвою «Інтернаціоналізація вищої освіти», де на базі нашого навчального закладу із залученням педагогічного персоналу інших навчальних закладів України проведені одноденні робочі тренінги представниками центру вищої освіти досліджень та практики Кінгстонського університету (м. Лондон, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії) за напрямками: «активне навчання: від практики до теорії» та «змішані шляхи підтримки активного навчання: проблеми класичного навчання та перевернуте навчання».

Узагальнюючи сьогоднішні результати та дивлячись на подальший активний пошук нашого навчального закладу нових вузів-партнерів для реалізації майбутніх освітніх проектів дає нам підстави стверджувати про глибокий поступальний рух інтернаціоналізації освітніх стандартів в галузі цивільної безпеки.

1. Консолідований рейтинг ВНЗ України 2017 року. osvita.ua. URL : <http://osvita.ua/vnz/rating/51741/>. 2. The Magna Charta Universitatum. Signatory Universities. URL : <http://magna-charta.org/signatory-universities>. 3. ERASMUS+ Project for higher education student and staff mobility between programme countries and partner countries. Agreement 2017-1-UK01-KA107-036029 URL : <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/eplus-project-details/#project/c6868bd7-a380-4cd6-91ba-e5dd22dafb10>. 4. ERASMUS+ Project for higher education student and staff mobility between programme countries and partner countries. Agreement 2017-1-EE01-KA107-034620. URL : <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/eplus-project-details/#project/2017-1-EE01-KA107-034620>.

Войцеховська Ю.В., Стойко О.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Статистична оцінка інноваційної діяльності підприємства може здійснюватись за такими напрямками:

- 1) продуктовим, який орієнтується на впровадження нових моделей продукції для існуючих або нових ринків збуту;
- 2) технологічним, що спрямований на впровадження нових видів техніки та технологій або удосконалення існуючих;
- 3) маркетинговим, який передбачає вихід на нові ринки збуту або розширення існуючих;
- 4) організаційним - зорієнтованим на впровадження нових методів управління у різних сферах діяльності підприємства.

Відповідні дослідження проводились для підприємства меблевої галузі («ЛВТМФ «Карпати»). Одним з основних напрямків інноваційного розвитку цього підприємства є продуктовий. У асортиментний перелік ПП «ЛВТМФ «Карпати» входять такі види продукції: меблі для спальні; меблі для вітальні; меблі для кухні; офісні меблі; дитячі меблі; вироби деревообробки тощо. Щороку асортимент продукції підприємства оновлюється, тобто з'являються нові сучасні зразки продукції і зникають застарілі згідно потреб споживачів.

Щодо технологічного напрямку інноваційного розвитку, то слід враховувати, що підприємство застосовує повний виробничий цикл від розпилювання та сушіння

деревини до реалізації готової продукції. У виготовленні меблів використовуються лише сертифікована, екологічно чиста сировина та комплектуючі. Виробництво та складання меблів здійснюють в основному на автоматичних лініях та складальних конвеєрах, які значно спрощують виконання операцій і збільшують продуктивність праці. ПП «ЛВТМФ «Карпати» постійно освоює нові технології виробництва та сучасне обладнання. Так, у 2017 році була запущена нова виробнича лінія – «Лінія фанерування ДХРС». Також було оновлено та закуплено нове устаткування.

В напрямку маркетингу досліджуване підприємство зарекомендувало себе як надійного і стабільного виробника якісної продукції, добре орієнтується в потребах споживачів та проводить достатній аналіз цільових ринків. Також підприємство проводить досить ефективну цінову стратегію. Нещодавно ПП «ЛВТМФ «Карпати» відкрило новий магазин в найбільшому у Львові регіональному торговому центрі меблів та товарів для дому «Три слони».

Пріоритетним напрямом розвитку організаційної структури є створення відділу маркетингу або хоча б посади «маркетолога», що дозволить «розвантажити» менеджерів з продажу та сконцентрувати свої зусилля на продажах.

Практична реалізація заходів та проектів інноваційного спрямування дозволила підприємству досягнути значних темпів економічного зростання (Табл.1).

Таблиця 1

**Первинні дані та розрахункові темпи зростання показників діяльності
ПП «ЛВТМФ «Карпати»**

Назва показника	Значення показника			Темпи приросту, %		Середні темпи приросту, %	Різниця темпів*
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016		
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	6504	7866	9393	20,94	19,41	20,17	-
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	3413	4164	4810	22,00	15,51	18,71	01,46
Валовий прибуток, тис.грн.	3091	3702	4583	19,77	31,09	25,30	-
Основні засоби, тис.грн.	7643	7740	7808	01,27	00,87	01,07	19,10
Облікова кількість працівників, чол.	44	35	32	-20,45	-8,57	-14,72	34,89

*В останньому стовпчику таблиці приведена різниця між середньорічними темпами зростання чистого доходу від реалізації продукції та темпами зміни виробничих ресурсів.

Аналіз табличних даних показує, що середні річні темпи приросту продукції та прибутку в 2015-2017 роках складають відповідно біля 20% та 25%. Цей результат досягнуто при відносно незначному збільшенні основних засобів (приблизно на 1% щорічно) та значному зменшенню кількості працівників (14,7% щорічно).

Певну кількісну оцінку інноваційності використання виробничих ресурсів, на наш погляд, можна здійснювати шляхом знаходження різниці темпами зростання продукції та ресурсів, що використовуються для її виготовлення [2].

Як слідує з приведених розрахунків і поданих у таблиці даних, значна інноваційність досягається для двох видів ресурсів – основних засобів (19,1%) та трудових ресурсів (34,89%). Спостерігаються також дещо менші темпи зростання собівартості продукції порівняно з темпами збільшення її обсягів. Щодо кількості працюючих, то результат забезпечується як наслідок її абсолютного зменшення. Це в певній мірі зумовило швидше зростання прибутку в порівнянні з обсягами виготовленої продукції.

Але, як показав аналіз, на підприємстві ще є резерви для подальшого інноваційного розвитку.

В науковому плані вважаємо доцільним розширити дослідження як в напрямку оцінки інноваційності за результатами діяльності підприємства, так і в напрямку кількісного аналізу впливу інновацій на темпи економічного зростання.

1. ПП "Карпати" [Електроний ресурс].- Режим доступу: <http://www.karpaty-tebli.lviv.ua>.
2. Войцеховська Ю.В. Аналітичні закономірності динаміки інноваційного оновлення основних засобів виробничих систем//Вісник НУ ЛП «Проблеми економіки та управління», № 873.2017.- с.13-17.
3. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1499052847543/ekonomika/napryamki_pidvischennya_efektivnosti_diyalnosti_pidpriyemstva
4. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
5. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. ЧІ. Економіка підприємства : навчальний посібник / Небава М.І., Адлер О.О., Лесько О.Й. – Вінниця: ВНТУ, 2016. – 177с.
6. Ватаманюк З., Панчишин С. Економічна теорія: Макро – і мікроекономіка.- К.: «Альтернатива», 2016.- 606с.

Галаз Л. В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ФАКТОРИ РИЗИКУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

В сучасних умовах господарювання, коли зовнішнє оточення підприємства перебуває у невпинній динаміці, реакцією на зміни слугують реструктуризація та реінжиніринг бізнес-процесів.

Реінжиніринг – це радикальне переосмислення і перепроєктування ділових процесів для досягнення відчутного покращення головних сучасних показників діяльності підприємства – таких як вартість, якість, сервіс та темпи. Базовою метою реінжинірингу бізнес-процесів є гнучке і оперативне пристосування до очікуваних запитів споживачів: відповідна зміна стратегії, технології, організації виробництва і управління на основі ефективної комп'ютеризації.

Реінжиніринг може бути успішним тільки тоді, коли він перебуває у тісному зв'язку з організаційним розвитком підприємства. При цьому, при еволюційному реінжинірингу оптимізується внутрішня інтеграція бізнес-процесів, проте суттєво не змінюється функціонування організації. При революційному реінжинірингу перепроєктовуються всі бізнес-процеси і відбувається переорієнтація на новий вид бізнесу. Загалом, реінжиніринг вирішує наступні завдання: розвиває горизонтальні управлінські зв'язки; створює організаційну основу для централізації інформаційних потоків; сприяє розділенню функцій вищого керівництва і створенню мережі оперативних груп; мотивує творчий підхід, аналізує ситуації і творчу роботу; створює організаційні умови реструктуризації підприємства.

Разом з цим аналізування спроб проведення реінжинірингу різними компаніями показує, що далеко не всі вони завершувались успішно. На це існує ряд причин, на які суттєвий вплив мають наступні фактори:

1. Мотивація. Ціль втілення проекту реінжинірингу повинна бути чітко визначена та зафіксована. Для забезпечення успіху керівництво повинно вірити у вагомий результат і всіляко сприяти команді.

2. Керівництво. Проект повинен виконуватися під керівництвом топ-менеджменту компанії. Керівник проекту повинен бути наділеним великим авторитетом та нести всю відповідальність за проведену роботу. Неминучими будуть труднощі та опір старої команди, проте головним завданням є просування проекту та своєчасне його завершення.

3. Співробітники. Повинно бути розуміння того, чому проект розпочато. Тобто має бути реальне бачення проблем, які перешкоджають бізнесу в даний момент. Досвід доводить, що найважче пояснити доцільність змін менеджерам середньої ланки. З цього приводу американський дослідник Б. Віллох виділяє три категорії менеджерів: «тигри» - молоді співробітники, які при участі в проекті все ж мають здатність концентруватися на власних завданнях; «віслюки» - найстарші співробітники, які досягнули піку кар'єри і бажають спокійного життя; «акули» - менеджери, які особисто розробляли процедури і інструкції для компанії. Комунікації – нові завдання повинні бути чітко сформульованими і зрозумілими.

4. Бюджет. Проект повинен мати свій бюджет, особливо коли планується використання ІТ. Реінжиніринг потрібно розглядати як венчурний по характеру проект.

5. Технологічна підтримка. Реінжиніринг, як правило, включає в себе побудову інформаційної системи для підтримки нового бізнесу.

Звичайно, деякі з наведених факторів можна сформулювати лише після ретельного вивчення підприємства, тому роботу по втіленню проекту потрібно починати завчасно з ґрунтовної підготовки.

Гальків Л. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПОСЛУГИ ЯК АКТИВАТОР ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Знаннево орієнтований суспільний уклад зумовлює трансформацію системи цільових орієнтирів соціально-економічного прогресу в бік нематеріальних благ і відводить головуюче значення інтелектуальному потенціалу. Реакція передових країн світу на таку модель устрою суспільства виявилася у продукуванні ними нової стратегії: підвищення конкурентоздатності за рахунок ефективізації трьох базових складових економіки знань – освіти, наукових досліджень та інновацій. Ця стратегія призвела до глобальних секторальних зрушень, зміцнивши внесок у суспільний розвиток сфери послуг. Так, за останніх два десятиліття частка у валовій доданій вартості світу третинного сектору збільшилася на понад 10 в.п., сягнувши майже 70%, на тлі зменшення частки первинного і вторинного і секторів на понад 4 в. п. і 6 в. п. відповідно. У зв'язку з цим актуалізуються полівекторні дослідження сфери послуг, окрему нішу в системі наукових розвідок якої посідає тематика інтелектуально-інноваційного зрізу.

Аналізування доступного масиву наукових публікацій українських вчених у царині інтелектуальних послуг виявило: по-перше, фрагментарність теоретичної бази, по-друге, неоднозначність трактування сутнісного змісту; по-третє, зростання наукового інтересу. Синонімічно оперують поняттями «знанневомісткі послуги» та «високотехнологічні послуги». Знаходить широке використання укорінена у світовій практиці аббревіатура KIS (knowledge-intensive services), зокрема з акцентуванням на бізнес сфері – KIBS; на технології – T-KIBS; на креативності – C-KIBS; на традиційності – P-KIBS. Характеризуючись типовими для послуг рисами (невідчутність, невіддільність, непостійність, недовговічність, ненагромаджуваність), інтелектуальні послуги відрізняються специфічними маркерами: створення високої

інтелектуальної доданої вартості за рахунок капіталізації інтелектуального потенціалу; яскрава вираженість інноваційного характеру; наявність значних конкурентних переваг на ринку; невід'ємність у четвертинному секторі економіки. Водночас менеджмент стикається з проблемами «дорогого» кадрового забезпечення; переважанням специфічного людського капіталу; тривалим терміном адаптації молодих фахівців на робочому місці; складністю оцінювання часу виконання роботи; переважанням нестандартних робіт. Додана вартість на інтелектуальну послугу та сукупність її компонентів вагомим чином залежить від позиції індивідуального замовника, який впродовж терміну виконання роботи систематично комунікує з її виконавцем.

Продуктування інтелектуальних послуг не завжди призводить до суспільно позитивних ефектів, проте зазвичай сприяє активуванню інноваційних змін. Висліди інновацій поширюються від продуцентів високотехнологічних послуг на компанії-клієнтів, а далі – на інші суб'єкти господарювання, суміжні сектори економіки, національні та глобальні суспільні системи.

Якщо розглядати інтелектуальні послуги у контексті людського розвитку, то слід враховувати, що вони забезпечують підґрунтя для активування інноваційних процесів, спрямованих як безпосередньо на окремих осіб (їх фізичного стану, культурно-освітнього потенціалу, матеріального добробуту, якості життя тощо), так і опосередковано – через оновлення технологій, удосконалення систем управління – на покращення середовища функціонування людського капіталу мікро-, мезо-, макро-, мегарівня. Отож, інноваційний потенціал сектору інтелектуальних послуг, як невід'ємна складова суспільного прогресу, вимагає подальших наукових досліджень у теоретичному і прикладному аспектах.

Гальків Л.І., Миськів Г*.В., Килин О.В.*
Національний університет «Львівська політехніка»
*Львівський інститут економіки і туризму

ІННОВАЦІЙНИЙ ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ

Сучасна інституційна система України характеризується браком ефективних інститутів, котрі здатні забезпечити формування інноваційного людського капіталу (ЛК), на прагненні як у бюджетних галузях, так і поза ними всіляко заощаджувати на інвестиціях у людський розвиток загалом, у тому числі й у його інноваційну складову. Для безпосереднього фінансового забезпечення розвитку ЛК в формі задоволення особистісних і суспільних потреб населення призначається певна частина державного бюджету. Втім пряме відношення до розвитку ЛК мають бюджетні функції: нагромадження ЛК та перерозподіл доходів. Розширене ж спрямування потоків державних коштів у соціальну сферу можливе на платформі зміцнення економіки і формування міцного прошарку середнього класу. При розробці державних програм, які спрямовані на інноваційний ЛК, принаймні необхідно сприяти покращенню рівня життя населення. Останній має бути таким, щоб дозволити резервування фінансових ресурсів не лише на підтримку ЛК, а й на інвестування значних обсягів коштів у інновації.

У межах аналізованої проблеми доцільно також дати характеристику питанням, пов'язаним із податковою системою України. Її організація має спрямовуватися на забезпечення розвитку підприємництва, на активування ринку праці, на розширення залучення в суспільно корисну діяльність носіїв ЛК, їх гідну оплату праці. Фіскальна політика залежно від використовуваних інструментів може впливати на обсяг доходів населення як прямо, регулюючи їх суму, так і опосередковано – засобами соціальних

послуг. Нерідко шляхи скорочення нерівності населення за доходами вбачають у використанні систем прогресивного оподаткування, у розширенні бази оподаткування та ін. Непрямі податки вважаються регресивними, оскільки зазвичай базуються на малоеластичних товарах масового попиту, які натеper домінують у бюджетах переважної більшості вітчизняних домогосподарств. Для виправлення ситуації можна вилучити з непрямого оподаткування ті товари і послуги, що є базовими для життєдіяльності людини. Також пропонують в умовах високого ризику ухилення від сплати ПДВ та складності адміністрування у разі введення диференційованих його ставок вдосконалити оподаткування ПДВ соціальних груп товарів і послуг [1, с.140]. Суть пропозиції – фінансові ресурси від сплаченого підприємствами ПДВ за спеціальні (соціальні) групи товарів і послуг мають оцінюватися в загальному фонді або акумулюватися на окремому рахунку спеціального фонду державного бюджету. Ці кошти повинні використовуватися для адресної допомоги малозабезпеченим родинам. Пом'якшення податкового пресингу на такі родини за збереження номінальної ставки ПДВ і відсутності диференціації ставок податків є економічно доцільним: 1) не ускладнюється адміністрування цього податку й відсутні стимули для ухилення від його сплати; 2) надання адресної соціальної допомоги незаможним громадянам згідно з чітко визначеними критеріями за рахунок частини надходжень ПДВ, отриманого при реалізації соціальних груп товарів, дає змогу зменшити регресивність цього податку; 3) збільшення доходів «бідного населення» за рахунок такого джерела сприятиме зростанню масового попиту, і, як наслідок, й пожвавленню внутрішнього ринку.

На базовому рівні економічної системи капіталізація людського потенціалу сприяє зміні практики перерозподілу новоствореної вартості на користь працеактивного населення. Чм вища зайнятість, тим суттєвішим є загальний перерозподіл доданої вартості між капіталом та найманою працею; тим гармонічнішою стає структура суспільства; тим швидше підвищується рівень життя населення. Такі висновки корелюють із науковою позицією фундаторів теорії ЛК: суспільство, вкладаючи більше у людину, може досягти не лише зростання продукту, але й більш рівномірного його розподілу. І, що важливо, функціонування продуктивних спроможностей людини у формі капіталу спричиняє збільшення питомої ваги та чисельності населення з середнім рівнем доходів, що знаменує собою заміну консервативної моделі соціальної структури суспільства на іншу – прогресивну (демократичну) [2, с. 341]. Існуючого ж рівня оплати праці значного прошарку зайнятого населення України як основного джерела його доходів нині вистачає, головним чином, на засоби існування, але аж ніяк не на розширене інвестування у людський розвиток.

Фундаментальною базою підвищення якості іноваційно-інновативного потенціалу населення є освітній капітал. Відтак, в умовах істотних зрушень, спричинених процесами глобалізації світової економіки та іншими глибинними перетвореннями сьогодення, перед Україною постає завдання створення такого інституціонального середовища, яке б забезпечувало вищу якість освітньої системи. Його вирішення неможливе без залучення підтримки державних та недержавних фінансових інститутів.

Чинна система фінансування освіти містить відбиток радянської доби. Тоді рівень освіти населення, забезпечуючи отримання низки важливих досягнень геополітичного характеру, був значною конкурентною перевагою. До позитивних сторін функціонування тодішнього освітнього сектору слід віднести: доволі високий рівень фінансового забезпечення (близько десятої частини національного доходу); практична безоплатність освітніх послуг для населення; розгалуженість мережі професійно-технічних закладів, їх тісний зв'язок із виробництвом; дієвість для осіб, які працюють, вечірньої та заочної форм навчання; плановість системи підвищення кваліфікації. Вузівська підготовка характеризувалася розміром стипендії, який забезпечував

мінімальні потреби її отримувача, а державні скерування гарантували працевлаштування за фахом відповідно до отриманої кваліфікації.

Теперішня система фінансування освіти певною мірою зазнала лише модифікації. Структурно-функціональні характеристики освітньої діяльності та незначні обсяги капіталовкладень у модернізацію її інфраструктури свідчать про консервативність державної політики і невизначеність її бюджетних пріоритетів. Система фінансування освіти, на жаль, не стимулює розвиток освітнього потенціалу, а лише на певному рівні підтримує існуючу освітню діяльність. Це призводить до загального зниження якості навчання, яке набуває ознак занепаду. Особливо загострилася проблема якості та результативності підготовки у закладах вищої освіти. Українське суспільство визнало ефекти зовнішнього незалежного оцінювання випускників середньоосвітніх закладів освіти і вбачає доцільність атестації якості вузівської освіти, залучення роботодавців до вироблення змісту освіти, розвитку університетської науки, демонополізації її системи управління і впровадження задля створення простору думки і творчості реальної академічної свободи викладача і студента, кадрової та фінансової автономії вишів. Тим паче, що євроінтеграційні устремління України передбачають відкритість економіки та суспільства.

Окреслені проблеми фінансування інноваційного ЛК мають теоретичне й прикладне значення, оскільки їх вирішення вимагає поглибленого наукового обґрунтування шляхів вирішення й практичної реалізації конструктивних розробок.

1. Козарезенко Л. В. Реформування податку на додану вартість в аспекті підвищення рівня розвитку людського потенціалу в Україні / Л. В. Козарезенко // Наукові праці НДФІ. – 2014. – Вип. 1. – С. 139-147. 2. Мельничук Д. П. Людський капітал, рівень та якість життя населення: взаємозв'язок пріоритетів / Д. П. Мельничук // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 5. – С. 339-345.

Гвоздь М.Я.

Національний університету «Львівська політехніка»

КРАУДФАНДИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

На сьогодні в Україні спостерігається активізація суспільства в площині інноваційної діяльності, розвитку технологій, генерації креативних ідей, розробленні стартап-проектів, спрямована на покращення соціально-економічних процесів. Проте, для матеріалізації цих ідей потрібні кошти. Альтернативними варіантами залучення коштів може бути отримання гранту, пошук інвестора або одержання банківського кредиту. Всі ці методи являють собою довгу і складну процедуру та супроводжуються високим ступенем ризику. Тому, на жаль, за таких умов більшість проектів залишалися на рівні ідей, нереалізованими. Ці передумови призвели до виникнення нової сучасної форми фінансування стартап-проектів – краудфандингу, що базується на добровільному зборі фінансових ресурсів через Інтернет від великої кількості людей-однодумців.

Наукові дослідження практичних аспектів краудфандингу показують, що його становлення розпочалося ще у 1949 р., тобто задовго до появи самого його визначення. Краудфандинг виник в США і був спрямований на підтримку некомерційних проектів – мистецьких або благодійних, які не могли б бути реалізованими без фінансової підтримки. Проте із розвитком комп'ютерно-інформаційних технологій термін набував більшої популярності, його почали використовувати стартапери як інструмент

залучення коштів для фінансування їхніх проектів, розширювалася географія його використання та сфери застосування. На сучасному етапі розвитку краудфандингу найбільш популярними його напрямками у світі є: соціальні проекти, кіно і відео, музика, видавництво, технології, дизайн, мистецтво, винаходи.

Вважається, що термін «краудфандинг» з'явився у 2006 році, а його автором є Джефф Хауї (Jeff Howe). Авторське трактування змістового наповнення терміну відображає колективну співпрацю людей через віртуальну мережу задля фінансової підтримки ідей чи проектів інших людей [1].

У перекладі з англійської (crowd – натовп, funding – фінансування) означає «народне фінансування».

Як уже зазначалося вище, в основі краудфандингу лежить добровільний збір коштів громадою однодумців для фінансової підтримки реалізації ідеї чи стартапу в онлайн режимі. Збір таких коштів проводиться на краудфандингових платформах - це спеціалізовані сайти, де представлені різні проекти з метою залучення великої кількості людей, які вкладають свої кошти на підтримку цієї ідеї. Ці сайти є гарантами, що кошти будуть використані за призначенням.

Першим офіційно зареєстрованим веб-сервісом для краудфандингу був сайт Artist Share. Він був створений на початку 2000-х років із ціллю допомоги музикантам записувати їхні альбоми. Слідом за ним з'явилися сайти для кіноіндустрії (в 2002 році засновано сайт FilmVenture.com) [2]. На даний момент найпопулярнішим веб-сервісом є сайт Kickstarter.

На сьогодні існує декілька найбільш популярних краудфандингових платформ, на яких можна представити свою ідею-проект та отримати кошти на його реалізацію, серед них: Kickstarter, Indiegogo, Crowdfunder. Проте, існують і спеціалізовані платформи, зокрема для підтримки музикальних і літературних проектів – PledgeMusic, Unbound і Distrify, а для бажаючих створити власний стартап - Fundable, Crowdcube і Seedrs і т.п. Також працюють та набувають розвитку і українські краудфандингові платформи – це «Спільнокошт» (2012), «На старте» (2014) і «Куб» (2016).

Найпопулярнішою краудфандинговою платформою вважається Kickstarter (США), яку нерідко ставлять в один синонімічний ряд із терміном краудфандинг. Станом на 30 січня 2018 р. на платформі на підтримку різноманітних проектів було вкладено 3 487 959 196 \$, успішно профінансовано 138 246 проектів та залучено 14 143 580 учасників [2]. Незважаючи на велику популярність платформи, де представляють свої найрізноманітніші ідеї учасники зі всього світу, українці також щороку активно беруть участь і деякі ідеї отримують фінансування на реалізацію. Зокрема у 2017 році було профінансовано ідею Senstone –кулон для переведення голосу в текст. Проект зібрав потрібну суму коштів – 50 тис. дол. за 36 годин, загалом на підтримку ідеї було зібрано 389 тис. дол. Business Insider назвав винахід українця «одним із найкорисніших», адже засіб вміє розпізнавати сім іноземних мов, сортує текст по темах та тримає заряд до трьох днів.

Український підприємець Євген Ерік представив на Kickstarter «розумні» жалюзі SolarGaps, що генерують енергію, будучи закріпленими на вікні. Вони автоматично підлаштовуються під кут сонячних променів, а також жалюзіями можна управляти зі смартфона. Підприємець запевнив, що завдяки SolarGaps можна зекономити до 70% електроенергії. Ціллю проекту було зібрати 50 тис. дол., а зібрано 102 354 тис. дол.

Практичної актуальності набувають і українські краудфандингові платформи. У 2017 році на платформі Na-Starte були реалізовані такі найбільш значущі проекти:

- зйомки фільму Георгія Делієва «Одесский подкидыш». Рекордна сума збору за всю історію краудфандингу в Україні - 3,7 млн. грн. (124% від необхідної суми збору);
- відновлення Підгорецького замку, що являє собою величний ренесансний палац, якому майже 400 років. Автори проекту відновлять балконну групу північно-східної

сторони замку, що знаходиться у жахливому стані та частково знищена. Зусиллями небайдужих людей було зібрано понад 238 тис. грн (110% від запланованої суми).

Краудфандинг набуває своєї актуальності в Україні, набувають розвитку українські краудфандингові платформи, проте є проблеми, які обумовлюють повільний темп розвитку інструментарію, зокрема:

- відсутність державного регулювання здійснення краудфандингу;
- нерівномірний доступ громадян до інтернету на території України;
- низький дохід громадян, люди просто не мають можливості виділяти гроші на фінансування інших проектів, а також розвиток власних;
- низький рівень знань в сфері краудфандингу, що викликає недовіру до даного способу фінансування.

Сучасний світ відкриває перед людиною новий спектр можливостей і таке перспективне явище як краудфандинг. Отже, кожен має можливість зробити внесок у спільне майбутнє не тільки реалізуючи свої ідеї, а й особисто підтримуючи різні сміливі проекти.

1. Джефф Хау. Краудсорсінг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу //Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. – М.: «Альпіна Паблішер» – 2012 –с.288. 2. Офіційний сайт краудфандингової платформи Kickstarter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello>. 3. Офіційний сайт краудфандингової платформи «На старте» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://na-starte.com>. 4. Абакуменко О. В. Краудфандинг як інструмент фінансування інноваційно-технологічних проектів. / О. В. Абакуменко, Б. І. Куценко // Чернігівський науковий часопис. Серія 1, Економіка і управління. - 2016. - № 1 (7). – С. 52-60. 5. Єлісеєва Л.В. Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності / Л.В. Єлісеєва // Економіка та суспільство. – 2017. – № 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economyandsociety.in.ua/>. 6. Абакуменко О. В. Краудфандинг як інструмент фінансування інноваційно-технологічних проектів. / О. В. Абакуменко, Б. І. Куценко // Чернігівський науковий часопис. Серія 1, Економіка і управління. - 2016. - № 1 (7). – С. 52-60.

Гербут М.В., Коpecь Г.Р.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Управління інноваційним розвитком, впровадження продуктивних, технологічних та управлінських інновацій є важливою передумовою ефективного функціонування організацій курортно-рекреаційної сфери (ОКРС). Управління інноваційним розвитком включає такі складові:

- прийняття доцільних управлінських рішень;
- ефективне управління ресурсами;
- розвиток персоналу [1-3].

Позитивними результатами впровадження інновацій у ОКРС є такі :

- зростання кількості споживачів курортно-рекреаційного продукту;
- збільшення рівня довіри споживачів;
- завоювання нових секторів ринку;

- формування нових курортно-рекреаційних продуктів;
- поліпшення інформаційного та програмного забезпечення діяльності ОКРС;
- ефективна комерціалізація окремих інновацій курортно-рекреаційного бізнесу;
- запровадження сучасних концепцій менеджменту: Бенчмаркінгу (наслідування кращих продуктових, технологічних, управлінських інновацій туристичних кластерів та підприємств Іспанії, США, Великобританії тощо), Комплексного обслуговування клієнта (врахування профілю сучасного споживача, вимог е-бізнесу), Комплексного управління якістю (врахування нових задач мережевої економіки, економіки знань та кластерного підходу до розвитку рекреаційно-туристичного бізнесу), Менеджменту змін (врахування інтеграційних та глобалізаційних факторів), Реінжинірингу бізнес-процесів, Комп'ютерно-інтегрованого виробництва (застосування зростаючих можливостей Інтернету для вивчення туристичного ринку, реклами і маркетингу, використання переваг соціальних мереж та комп'ютерних технологій для просування курортно-рекреаційного продукту на ринку);
- розширення можливостей надання покращених послуг для клієнтів, враховуючи їх купівельну спроможність (зокрема для VIP- клієнтів);
- розвиток організаційного середовища для ведення курортно-рекреаційного бізнесу, врахування комплексних потреб регіону [4].

Запровадження інновацій у діяльність ОКРС є складним процесом, вимагає удосконалення управлінської діяльності, підвищення якості управління інноваціями на основі об'єктивних інформаційних даних, покращення корпоративної культури, використання суб'єктивних та психологічних характеристик персоналу, винаймання керівного персоналу найвищої кваліфікації.

1. Чухрай А. Теоретичні основи функціонування економічної системи у динамічному середовищі /А. Чухрай // Управлінські інновації. - 2012. –№2. – С.15-22. 2. Шаманська О.І. Основні напрямки підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства /О.І. Шаманська//Актуальні проблеми економіки, 2012. –№6. – С.166 -172. 3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком. Проблеми концепції, методи /С.М. Ілляшенко. / Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. -278 с. 4. Федулова Л. Організаційні інновації в системі забезпечення інноваційного розвитку регіонів України / Л. Федулова // Управлінські інновації. - 2012. –№2. – С.31-44.

Горбань В.Б.

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КЛІМАТИЧНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ВАУЧЕРІВ ДЛЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ПРОЕКТІВ СТАЛОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РОЗВИТКУ

Глобальні зміни клімату стали очевидною реальністю, і у більшості випадків вони носять негативний характер. З прийняттям Паризької Угоди в грудні 2015 року, у світовій спільноті активізовано питання необхідності розроблення національних планів дій, націлених на стрімке зростання якісно нових кліматичних рішень, в тому числі, у сфері енергоефективності, відновлюваної енергетики, низьковуглецевого та кліматично-відповідального розвитку громад, а також сталого управління природними ресурсами. Такі плани одночасно є запорукою для залучення інвестицій у розвиток кліматично-стійкої інфраструктурної мережі країн.

Слід зауважити, що Паризькою Угодою 2015 року додатково регламентовано зобов'язання країн щодо утримання глобальної температури в межах 2 C^0 , котрі, своєю

чергою, отримали назву «національних внесків» (National Determined Contributions) [1]. В «національних внесках» країни пропонують власні кроки щодо скорочення викидів парникових газів та заходи щодо адаптації до кліматичних змін.

Для України для утримання глобальної температури на рівні 2 C^0 необхідно повністю скоротити використання викопного палива не пізніше 2050 року. В той же час обсяг скорочення викидів повинен становити близько 93 млн т. CO_2 .

Через затяжну економічну кризу, військовий конфлікт на сході країни, перебої у постачанні та використанні газу, для України наразі відсутні відносно надійні сценарії сталого економічного та енергетичного розвитку. Проте, слід зауважити, що для більшості країн, в тому числі і для України, «національні внески» є інструментом забезпечення ефективної співпраці з донорськими організаціями та інвесторами.

За даними Bloomberg [2] в 2016 році обсяг інвестицій щодо стійкого розвитку у глобальному вимірі становив близько 8,7 трильйонів доларів. В той же час за даними звіту Міжнародної фінансової корпорації IFC під назвою «Climate Investment Opportunities in Emerging Markets» [3], загальний обсяг інвестиційних можливостей для досягнення кліматичних цілей до 2030 року становить 23 трильйони доларів США. При цьому, на країни Східної Європи, в тому числі Україну, припадає близько 665 мільярдів доларів доступних інвестиційних ресурсів.

Варто зауважити, що протягом багатьох років компанії у всьому світі чинили опір ідеї «кліматичних» та «екологічних» інвестицій, обґрунтовуючи це дороговартісністю та невідповідністю обсягу затрачених коштів очікуваному результату. Проте стрімкий ріст цін на паливно-енергетичні ресурси суттєво видозмінив існуючу ситуацію. В сьогочасних умовах на глобальному рівні компанії, що працюють на ринку кліматичних технологій, щороку отримують трильйони доларів інвестицій. В Україні зазначений сегмент ринку знаходиться на стадії зародження, проте має великі перспективи. Адже Україна стала першою країною, у якій Європейський Банк реконструкції і розвитку (далі – ЄБРР) на початку березня 2017 року запустив проект фінансової підтримки кліматичних інновацій через випуск інноваційних ваучерів [4]. За допомогою Програми «Кліматичних Інноваційних Ваучерів» ЄБРР прагне підтримати українські компанії на шляху покращання та вдосконалення умов для розвитку та впровадження кліматичних технологій.

В цілому, Програма «Кліматичних Інноваційних Ваучерів» – це можливість для українських компаній отримати безповоротну фінансову допомогу для реалізації проектів, пов'язаних із скороченням споживання паливно-енергетичних ресурсів, зменшенням викидів парникових газів, а також видозміненням ситуації із значним рівнем ресурсоемності та енергоемності виробництва.

Проект «Кліматичних Інноваційних Ваучерів» в Україні втілюється громадською організацією «Greencubator» [4] в рамках реалізації програми ЄБРР FINTECC (Finance and Technology Transfer Centre for Climate Change). Протягом 2017 – 2018 років українські компанії отримають ваучери на загальну суму 1000000 євро для розробки і впровадження кліматичних технологій. В табл.1 наведено окремі приклади проектів, що отримали кліматичні інноваційні ваучери протягом першої та другої хвилі конкурсного відбору.

Таблиця 1

Перелік проектів, що отримали інноваційні ваучери на 2017 – 2018рр.

Назва проекту	Опис запропонованого технологічного рішення
Nempire ua	100% органічний ізоляційний матеріал, виготовлений на основі конопель та не містить цементу, піску й токсичних компонентів
Ecoisme	Розумний сенсор для моніторингу ефективності споживання електроенергії вдома
Electrocars	Білінгова система для зарядних станцій для електромобілів

Назва проекту	Опис запропонованого технологічного рішення
BTC комплект	Рекуператор Cardboard АНУ виготовлений не з металу, а з гофракартону, що дозволяє суттєво зменшити обсяг викидів CO ₂
Інженерні інновації	Панельні конструкції із –50% бетону, що означає зменшення ресурсних витрат на виробництво та мінімізацію шкідливих викидів
Yunasko	Суперконденсатор, що працює на водній технології, мінімізуючи використання органічних розчинників
Solargaps	«Розумні» жалюзі із сонячними панелями, що вироблятимуть електроенергію
Тока	Зарядні станції для електрокарів та розроблення хмарної платформи для керування мережею електрозаправок через мобільний додаток
Prana	Нове покоління рекуператорів з дистанційним розумним керуванням
Ротор-суми	Когенераційна установка на базі двигуна Стірлінга
ДС електронікс	«Розумні» програмовані терморегулятори з Wi-Fi під'єднанням до «хмари», що дозволяє керувати ними з будь-якої точки світу

Джерело: сформовано автором на основі [4]

Проекти, які претендують на отримання інноваційних ваучерів, повинні демонструвати потенціал щодо скорочення обсягу викидів парникових газів, а також можливість масштабування запропонованої технології та її впровадження в інших інфраструктурних секторах та галузях. В цілому, досліджувана ініціатива має значні перспективи, адже може суттєво збільшити наявний ринковий потенціал для видозмінення екосистеми кліматичних інновацій в Україні.

1. Офіційний сайт Програми «United Nations Framework Convention on Climate Change». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unfccc.int/>. 2. Sustainable Investments: Bloomberg report. – 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-11-14/sustainable-investments-surged-by-third-to-8-7-trillion-in-2016>. 3. Climate Investment Opportunities in Emerging Markets: IFC Analysis. – 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/51183b2d-c82e-443e-bb9b-68d9572dd48d/3503-IFC-Climate_Investment_Opportunity-Report-Dec-FINAL.pdf?MOD=AJPERES. 4. Офіційний сайт Програми «Імпульс для Кліматичних Інновацій». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.climate.biz/>.

Гриник О.І., Крохтяк О.В.

Інститут агроєкології і природокористування

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ ФУНКЦІЙ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Землі сільськогосподарського призначення є одними з найважливіших для людини природними ресурсами. Ці землі будучи одним із основних економічних потенціалів держави, відіграють не тільки економічну, а й екологічну та соціальну роль у житті суспільства. Неефективне використання земель сільськогосподарського призначення зумовлено не виваженою державною політикою в країні відносно регулювання земельних відносин. Необхідність оцінки земель сільськогосподарського призначення зумовлена її економічними, екологічними та соціальними функціями. Тому сьогодні важливим є оцінювання економічних функцій таких земель.

Формуванням і вдосконаленням методологічних основ для здійснення грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення займалися Д. Добряк, О. Дорош, М. Федоров. Розробку концептуальних підходів до економічної оцінки здійснювали Л. Новаковський, О. Фурдичко, С. Струмилін. Широко відомими є наукові праці із землеоціночної діяльності А. Даниленка, О. Дребот, М. Лихогруда. Однак, недостатньо уваги приділено оцінці функцій земель сільськогосподарського призначення, зокрема – економічним.

Таблиця

**Оцінка економічних функцій земель
сільськогосподарського призначення Львівської області**

Показники	Значення показника	Бальна шкала	Оцінка, бали
Продуктивність орних земель	Середня урожайність – 66 ц/га	0–20 – 1 бал; 21– 50 – 2 бали; 51–75 – 3 бали; 76–100 – 4 бали; > 100 – 5 балів	3
Продуктивність кормових угідь	Середня урожайність – 144 ц/га	< 50 1 бал; 51–100 – 2 бали; 101–200 – 3 бали; 201–300 – 4 бали; > 300 – 5 балів	3
Бальна оцінка земель	Середній бал 26	0–10 – 1 бал; 11–20 – 2 бали; 21–30 – 3 бали; 31–40 – 4 бали; > 5 балів	3
Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах	30,9%	0–10 – 1 бал 11–30 – 2 бали 31–50 – 3 бали 51–75 – 4 бали > 75 – 5 балів	3
Сумарна оцінка функцій за економічними та організаційно-правовим	–	–	12
Середньозважена оцінка функцій земель сільськогосподарського призначення	–	–	12/4=3

Джерело: [2–7].

Економічними показниками, що реалізують функції земель сільськогосподарського призначення є виробництво сільськогосподарської продукції в натуральних показниках (урожайність сільськогосподарських культур, виробництво валової продукції сільського господарства у постійних цінах); площі земель сільськогосподарського призначення, бальна оцінка земель, рівень рентабельності виробництва основних видів продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах тощо. У табл. здійснено оцінку економічних функцій земель сільськогосподарського призначення Львівської області за показниками [1].

Як видно з табл. усі показники оцінені у 3 бали за п'ятибальною шкалою, що своєю чергою доводить взаємозалежність дії функцій земель сільськогосподарського призначення.

Отже, оцінка економічних функцій земель сільськогосподарського призначення надасть можливість прогнозувати можливі в майбутньому результати використання земель сільськогосподарського призначення.

1. Крохтяк О.В. Економічна оцінка функцій земель сільськогосподарського призначення: дис.... канд. екон. наук: 08.00.06. Київ 2018. 195 с. 2. Профіль Львівської області / Аналітично-описова частина до стратегії розвитку Львівської області /

[Електронний ресурс] URL: http://surdp.eu/uploads/files/SEA_case_study_Lvivska_oblast.pdf.
3. Статистичний збірник «Сільське господарство Львівщини за 2010 рік» / за ред. Матковського С.О. / Львів, 2011. 170 с. 4. Статистичний збірник «Сільське господарство Львівщини за 2011 рік» / за ред. Корисько Г.М., Львів, 2012. 169 с. 5. Статистичний збірник «Сільське господарство Львівської області за 2014 рік» / за ред. Зимовіної С.І., Львів, 2015. 248 с. 6. Статистичний збірник «Сільське господарство Львівщини у 2007 році» / за ред. Матковського С.О., Львів, 2008. 175 с. 7. Статистичний збірник «Сільське господарство Львівської області за 2015 рік» / за ред. Корисько Г.М., 2016. Львів 213 с.

Дзюбіна А.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

У сучасних умовах господарювання електронна комерція виступає додатковою, а іноді і необхідною ланкою ведення бізнесу. Все частіше сучасні компанії виходять на електронний ринок з метою продажу товарів та послуг. Незаперечними перевагами такого виду діяльності є відсутність необхідності будівництва відповідних точок продажу при відповідному зменшенні чисельності персоналу, можливість охоплення географічно необмеженої території, зниження собівартості і можливість формувати більш лояльну цінову політику.

Основні нормативно правові акти, що регулюють електронну комерцію в Україні: Господарський кодекс України [1], Цивільний кодекс України [2], Закони України «Про електронну комерцію» [3], «Про електронний цифровий підпис» [4], «Про електронні документи та електронний документообіг» [5], «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» [6] а також обов'язкові до виконання згідно згоди Верховної Ради України міжнародні договори.

Згідно Закону України «Про електронну комерцію» поняття «електронна комерція» тлумачиться як «відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [3]. Доцільно дослідити співвідношення понять «електронна комерція» та «електронна торгівля» у контексті їх тлумачення Законом «Про електронну комерцію». Даний Закон розглядає електронну торгівлю як «господарську діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем» [3]. Отже, «електронна торгівля» є компонентом більш широкого поняття «електронна комерція».

Доволі цікавим є питання ідентифікування механізму використання інформаційно-телекомунікаційних систем. У Законі України «Про електронну комерцію» відсутнє чітке визначення поняття «інформаційно-телекомунікаційна система», на основі використання якої функціонує сфера електронної комерції.

Ч. 2 ст. 639 ЦКУ розглядає домовленість сторін щодо укладення договору з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, прирівнюючи її до договору у письмовій формі. У даному випадку також має місце відсутність конкретного тлумачення поняття «інформаційно-телекомунікаційні системи» та регламентація дій, пов'язаних з їх використанням [2]. Механізм використання інформаційно-телекомунікаційних систем потребує конкретизації на законодавчому рівні, оскільки має

надзвичайно важливе основоположне значення та є підґрунтям для прирівняння правочину з його використанням до правочинів у письмовій формі.

Прийняття у 2015 р. Закону України «Про електронну комерцію», пропри певні недоліки, пов'язані з неповною конкретизацією понять та відсутністю чітко прописаного механізму відповідальності за правопорушення у даній сфері сприяло підвищенню довіри громадян України до укладання електронних угод у середовищі Internet, внаслідок прирівняння їх до викладених у письмовій формі.

Важливою передумовою активізування взаємодії між учасниками електронного ринку стало прийняття закону України «Про електронний цифровий підпис». Даний закон є регулятором взаємовідносин між сторонами з приводу використання під час укладання угод в Internet-середовищі електронного цифрового підпису, під яким розуміють вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача [4].

З моменту прийняття в Україні закону «Про електронний цифровий підпис» спостерігається позитивна динаміка у секторі «B2B», що пояснюється значним зростанням укладених онлайн-угод між суб'єктами господарювання на фоні підвищення рівня довіри до ведення електронного бізнесу.

Особливості ведення електронного документообігу на основі формування та використання електронних документів закріплено у Законі України «Про електронні документи та електронний документообіг». Даний Закон тлумачить електронним документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа. Під електронним документообігом Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» розуміє сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів [5].

Важливим у юридичній площині є закріплення у Законі України «Про електронні документи та електронний документообіг» правового статусу електронного документа, де вказано про незаперечність його юридичної сили при належному оформленні.

Активізуванню онлайн-трансакцій сприяло насамперед прийняття Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», у якому визначено загальні засади функціонування платіжних систем і систем розрахунків в Україні, поняття та загальний порядок проведення переказу коштів у межах України, встановлено відповідальність суб'єктів переказу, а також визначено загальний порядок здійснення нагляду за платіжними системами [6].

Основним аспектом, що потребує доопрацювання у даному Законі є встановлення правового статусу міжнародних платіжних систем в Україні (PayPal, Google Wallet, Apple Pay тощо). Недосконалість правових засад ведення електронного бізнесу в Україні спричиняє неможливість отримання вітчизняними фізичними та юридичними особами онлайн-платежів за експортовані товари, роботи чи послуги через вищезазначені міжнародні платіжні системи. Це, у свою чергу, практично унеможлиблює експортні онлайн-продажі через такі міжнародні електронні майданчики як Ebay, Amazon та інші популярні міжнародні онлайн-сервіси у сфері електронного бізнесу.

1. *Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.* 2. *Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.* 3. *Закон України «Про електронну*

комерцію» № 675-VIII від 03.09.2015 р. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19>. 4. Закон України «Про електронний цифровий підпис» № 852-IV від 22.05.2003 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-15>. 5. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» № 851-IV від 22.05.2003 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15>. 6. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» № 2346-III від 05.04.2001 р. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.

Дзюбіна А.В., Коpecь Г.Р., Дзюбіна К.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

КОМПОНЕНТНІСТЬ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у ХХ столітті спричинив появу принципово нової форми господарювання – електронного бізнесу. Сучасний електронний простір значно розширив можливості організацій щодо реалізації та просування товарів та послуг, що зумовило значне активізування діяльності учасників електронного ринку. Поява особливих процесів взаємодії між суб'єктами господарювання і споживачами та різнопланових трансакцій у віртуальному середовищі зумовлює необхідність чіткого розмежування та виокремлення основних компонент електронного бізнесу.

Всесвітня мережа Internet відіграє надзвичайно важливу роль як комунікаційний засіб при взаємодії суб'єктів електронного ринку. Власне поява Internet змінила способи ведення господарювання і стала причиною виникнення електронного бізнесу, який став популярним серед суб'єктів господарювання завдяки значному збільшенню можливостей побудови ефективних взаємовідносин між учасниками електронного ринку при зниженні витрат на операційну діяльність та практично безмежному географічному розширенню ринків збуту.

Будь-які типи взаємодії між суб'єктами електронного ринку з використанням сучасних інформаційних технологій формують багатокомпонентне поняття «електронний бізнес». Основною метою такої взаємодії є отримання прибутку за допомогою мережових можливостей цифрових технологій. Електронний бізнес функціонує з метою підвищення ефективності реального бізнесу за рахунок впровадження в операційну діяльність суб'єктів господарювання таких інформаційно-комунікаційних технологій, які забезпечують онлайн-взаємодію між учасниками електронного ринку.

Електронний бізнес доцільно розглядати як підприємницьку діяльність, що використовує сучасні інформаційно-комунікаційні технології для отримання прибутку. Базовою складовою електронного бізнесу є електронна комерція. Ототожнення понять «електронний бізнес» та «електронна комерція» є до певної міри некоректним, оскільки електронна комерція є лише компонентом електронного бізнесу, в основі якої лежать угоди, пов'язані з купівлею та продажем товарів, послуг, інформації в мережі Internet за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

У багатокомпонентному понятті «електронний бізнес» доцільно виділити такі складові:

- електронна комерція (безпосередній продаж товарів, послуг, інформації через мережу Internet);
- електронні фінансові послуги (електронний банкінг, електронний трейдинг, електронні страхові послуги);

- електронний маркетинг (залучення споживачів для купівлі товарів, послуг, інформації за допомогою Internet -технологій, просування продукту у мережі Internet);
- створення та функціонування віртуальних підприємств (сформованих на основі співпраці географічно розділених працівників, що використовують інформаційно-комунікаційні технології для здійснення операційної діяльності).

Чітке виокремлення основних компонент електронного бізнесу дає підґрунтя для більш поглиблених досліджень процесів взаємодії учасників електронного ринку з метою підвищення їх ефективності та пошуку нових можливостей задоволення суспільних потреб та досягнення прибутковості з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Дзюрах Ю.М.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ

Сільське господарство є однією з пріоритетних та основних галузей вітчизняної економіки. У нинішніх надзвичайно складних економічних та військово-політичних умовах лише сільськогосподарське виробництво демонструвало певну позитивну динаміку та забезпечувало збільшення експортного потенціалу держави.

У Законі України "Про інвестиційну діяльність" [1] інноваційна діяльність визначається як одна із форм інвестиційної, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного процесу у виробництво і соціальну сферу, що включає: випуск та розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій; прогресивні міжгалузеві структурні зрушення; реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими термінами окупності витрат; фінансування фундаментальних досліджень з метою здійснення якісних змін у стані продуктивних сил; розроблення і впровадження нової ресурсощадної технології, призначеної для поліпшення соціального та екологічного середовища.

Україна має значний науково-інноваційний потенціал. У галузі сільськогосподарського виробництва створено широку мережу наукових установ, експериментальних виробництв та дослідних господарств системи Національної академії аграрних наук України. У складі Міністерства аграрної політики та продовольства України функціонувала значна кількість вищих та середніх спеціальних навчальних закладів.

Інноваційна діяльність в сфері сільського господарства повинна бути спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності, зміцненню ринкових позицій, і забезпечувало перспективу розвитку.

Наукові дослідження потребують щорічного масштабного фінансування і всебічної державної підтримки, оскільки від цього залежить науковий рівень та якість новацій, що надзвичайно важливо в умовах поширення на українському ринку науково-технічної продукції конкурентоспроможних іноземних техніки й технологій, які за своїми техніко-економічними параметрами не поступаються, а часом і перевершують вітчизняні аналоги. Особливо це стосується імпорту сільськогосподарської техніки, насіння іноземних сортів культур рослин і засобів захисту рослин. Фінансова підтримка інноваційної діяльності необхідна також на інших етапах інноваційного процесу, оскільки стимулювання впровадження має забезпечити попит на вітчизняні наукові розробки [2].

Саме тому, основними напрями розвитку інноваційної діяльності в сільськогосподарській галузі є:

- вдосконалення механізму управління інноваційною діяльністю;
- активізація інноваційної діяльності шляхом надання різних пільг, дотацій, при цьому використовуючи зарубіжний досвід;
- технічне і технологічне переоснащення в сільськогосподарських підприємств.

Отже, інноваційна діяльність є важливою складовою прискорення розвитку сільського господарства та сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції сільського господарства на внутрішньому та зовнішньому ринках.

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 4 липня 2002 р. № 40 // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 144. – С.10-12. 2. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О.І. Дацій. – К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2004. – 428 с.

Довбенко В.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЗАВДАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ РОЗРОБОК

Особливостями сучасного стану економіки є недостатність коштів на самостійне проведення масштабних досліджень і розробок, велика різниця у рівнях споживання різних видів, розпорошення зусиль для вирішення багатьох завдань та розмитість орієнтирів розвитку у зв'язку з конфліктом інтересів сторін. Зазначені проблеми наносять велику шкоду економіці, соціальній сфері і стану довкілля. Успішне вирішення зазначених проблем можливе за умови поширення передових технологій у виробничу і соціальну сферу за рахунок дифузії та активного впровадження інновацій.

Ідея економіки, заснованої на знаннях, рушійною силою котрої є інновації, в українському суспільстві значною мірою дискредитована, а колись потужний індустриальний потенціал вичерпано. Тому у найближчі роки важливо «започаткувати процеси, які нарощуватимуть інноваційний потенціал, створюватимуть механізми інноваційного розвитку, поступово переводячи економіку на інноваційну основу» [1, с.12].

Провідну роль у сучасному інноваційному процесі мають відіграти інноваційний бізнес, університети і дослідницькі установи. Проте як вчить світовий досвід важлива роль у запуску необхідних механізмів поширення інновацій має відігравати держава. Так у США для подолання кризи комерціалізації державної інтелектуальної власності (тільки 5% патентів залучалося в комерційний оборот) було прийнято закон Бея - Доула (Bayh - Dole Act), згідно з яким наукові та некомерційні організації отримали виняткові права стосовно розпорядження створеними ними винаходами. Даний закон викликав справжню революцію. Його результатом стало створення понад семи тисяч нових компаній, які активно почали використовувати розробки університетів [2]. З метою активізації інноваційної діяльності та трансферу технологій Комісією Європейських співтовариств у 2008 р. було прийнято Кодекс практики для університетів та інших державних науково-дослідних організацій, який передбачає ефективне використання наукових результатів за рахунок заходів із сприяння передачі знань на національному рівні та Створенні Європейського дослідницького простору.

Основними формами передачі технологій у системі міжнародного науково-технічного обміну є патентні та ліцензійні угоди, «ноу-хау», франчайзинг, інжиніринг (табл.).

Сутність основних форм трансферу технологій¹

Основні форми передачі (трансферу) технологій				
Патентна угода (власник патенту уступає свої права на використання винаходу покупцеві)	Ліцензійна угода (власник винаходу чи ноу-хау надає дозвіл на використання технології)	«Ноу-хау» (надання технічного досвіду і секретів виробництва для їх використання)	Франчайзинг (надання прав на використання торгівельної марки чи фірмової назви і послуг)	Інжиніринг (організація проектування, монтаж, управління і передача об'єктів в експлуатацію)

¹Примітка: сформовано автором

З метою комерціалізації результатів наукових розробок університети спільно з іншими учасниками ринку інновацій повинні створити центри трансферу технологій для надання зацікавленим сторонам необхідних консультаційних послуг, допомоги у пошуку та залученні інвестицій у процесі комерціалізації результатів наукових розробок та продуктивному використанні різних форм трансферу технологій.

Необхідно налагодити партнерські взаємини держави, науки і бізнесу шляхом формування ефективних мережевих структур (інноваційних кластерів, центрів трансферу технологій, венчурних фондів, технологічних та наукових парків тощо). Зазначені інфраструктурні складові покликані інтенсивно взаємодіяти між собою, а також з потенційними замовниками ліцензій та інноваційних продуктів. Важливо також забезпечити ефективне управління процесом обміну ідеями та розробками, забезпечити тісну взаємодію сторін у ході реалізації ними перспективних інноваційних проектів.

Суттєво прискорюють швидкість опрацювання нових ідей і комерціалізації результатів розробок відкриті інновації. Одночасно це допомагає зменшити ризики і сприяє притоку ресурсів для досягнення поставлених цілей з виведення нових продуктів на ринок. При цьому зовнішні можливості поєднуються із внутрішнім потенціалом розвитку, тобто суб'єкт господарювання отримує додаткові шанси для розвитку за рахунок ефективних форм зовнішньої кооперації. Відкритий тип інновацій пов'язаний із розвитком аутсорсингу, активною участю споживачів в інноваційному процесі і у значній мірі залежить від розвитку ринків трансферу технологій.

У праці «Нові межі відкритих інновацій» Г.Чесбро разом із В. Вангавербеком і Ж. Вестом запропонували механізм запуску моделі відкритих інновацій, який включає такі етапи [3, с.40]:

- 1) визначення вихідних умов (формулювання проблеми, укладення угод з партнерами, визначення зобов'язань сторін, пошук та виділення ресурсів);
- 2) пошук учасників (підбір учасників за обраними критеріями, забезпечення мотивації учасників та їх підготовка до співпраці);
- 3) організування співпраці (управління процесом співпраці, визначення платформи та інструментів взаємодії, визначення організаційних структур)
- 4) використання результатів реалізації спільних проектів.

Функції інноваційного посередництва у США взяли на себе Innocentive.com, vet2.com, Ninesigma, YourEncore та IdeaConnection, які в якості провайдерів надають послуги компаніям у процесі розроблення та реалізації інноваційних стратегій. Вони організують конкурси оригінальних ідей, управлінських і технологічних рішень, допомагають широко розповсюджувати їх результати серед потенційних винахідників та відіграють активну роль у процесі передачі технологій.

Серед основних труднощів комерціалізації, з якими стикаються університети, наукові установи, великі і малі підприємства, а також приватні особи при комерціалізації науково-технічних розробок, можна виділити [4, с.17]:

- перетворення науково-технічних розробок у товар на ринку технологій;

- виявлення, оцінка й охорона інтелектуальної власності;
- розроблення бізнес-плану і пошук партнерів та інвесторів;
- вибір шляхів просування розробок (товарів, послуг) на ринок;
- вибір форми комерціалізації (реалізації) на ринку технологій.

Дані проблеми є комплексними і важливо забезпечити системний інтегрований підхід до їх вирішення. Для цього необхідно сформуванню екосистему інновацій, де суб'єкти інноваційної діяльності матимуть можливість розкривати свій потенціал і мати широкий спектр варіантів його продуктивного застосування відповідно до свого бачення перспектив розвитку економіки.

1. *Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с.* 2. *Нагачевська Т.В. Сучасні тенденції міжнародного трансферу технологій та перспективи України //www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009.../09ntvrou.pdf.* 3. *Chesbrough H. New Frontiers in Open Innovation / Henry Chesbrough, Wim Vanhaverbeke, Joel West. Oxford University Press, 2014. – 345 pp.* 4. *Бутко М.П. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності в умовах поглиблення інтеграційних процесів /М.П. Бутко О.В. Попело. Проблеми і перспективи економіки і управління. – 2015. – № 1 (1). – с.7-20.*

Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

ОЦІНКА ДОДАНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ВАРТОСТІ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Ринок як інститут суспільства інтегрує соціальні дії людей у всіх сферах життєдіяльності: виробничій, побутовій, освітній, духовній та інших – і перетворює їх у ринкову поведінку економічних суб'єктів [1].

Ринок освітніх послуг (ОП) являє собою цілісну, взаємопов'язану багатокомпонентну систему соціально-економічних відносин між вищими навчальними закладами (ВНЗ) та споживачами (зовнішніми стейкхолдерами) з метою продажу і покупки освітніх послуг. Підвищення ефективності його функціонування передбачає впровадження маркетингового підходу у сфері освітніх послуг [2].

Нормальне функціонування будь-якого ринку передбачає наявність розвиненої системи засобів, що забезпечують здійснення обміну між його суб'єктами. Дана система повинна включати різні способи та організації, за допомогою яких відбувається рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів та робочої сили. Ця система отримала назву інфраструктури ринку. Інфраструктура будь якого ринку, в тому числі і ринку ОП, – це основа, підґрунтя, фундамент економічної системи та її підсистем, її внутрішня будова, що забезпечує цілісність. Завдяки інфраструктурі здійснюється рух потоків товарів і послуг від продавця до покупця [3].

Таким чином, у проекції до освіти, інфраструктура ринку це комплекс інститутів, служб, підприємств, організацій, які забезпечують нормальний режим безперервного функціонування ринку. Суб'єктами ринку освітніх послуг є виробники послуг даного типу, споживачі послуг, посередники і держава, а також органи державного і муніципального управління і місцевого самоврядування [4].

Виробниками освітніх послуг і продуктів виступають освітні установи, які формують товарну пропозицію освітніх послуг. До них відносяться загальноосвітні установи (школи, ліцеї, коледжі); ВНЗ (університети, академії, інститути); навчальні заклади (бізнес-школи, освітні центри по підготовці та перепідготовці кадрів та ін.);

організації, які надають, окрім основної діяльності, освітні послуги (навчальні центри підприємств і організацій). Перебуваючи одночасно власниками ОП, зазначені установи та організації виступають в якості суб'єктів, де формуються пропозиції на ОП, надаються та підлягають продажу. Виробники ОП володіють соціальними і споживчими властивостями, що включають в собі здатність підготувати суб'єкта-споживача освітніх послуг до конкурентоспроможної кваліфікованої праці в суспільному виробництві, споживча властивість виробників ОП полягає в здатності перетворювати просту робочу силу в кваліфіковану.

Наша держава переживає не найкращі часи як у політичному, так і в економічному вимірах розвитку. До однієї з найважливіших проблем відноситься необхідність негайного підвищення якості та конкурентоспроможності системи вищої освіти (СВО), перетворенні сфери освітніх послуг у форвард і швидкісний драйвер становлення національної економіки на основі знань [5]. В такий важкий перехідний період в українській державі відсутня єдина інформаційна база ринку ОП, не сформовані органи управління ринком, його інфраструктура, відсутнє систематичне вивчення стану даного ринку і тенденцій його розвитку. Враховуючи світовий досвід, слід зрозуміти, що нема іншого шляху для подолання кризових явищ у національній економіці, окрім переходу до економічного укладу з механізмами визнання знання в якості джерела зростання національного добробуту, збереження та примноження людського та інтелектуального капіталу країни, підвищення конкурентоспроможності української держави на глобальних ринках товарів та послуг, забезпечення її безпеки.

Для забезпечення розвитку економіки нашої держави шляхом прогресивних зрушень, послідовного зростання її науково-технічного рівня, поступового збільшення складових інформаційно - інноваційної економіки з переходом до економіки знань потребується оптимізувати витрати на розвиток освітньої сфери. Це цілком можливо при використанні світового досвіду реформування даної галузі на платформах моделей забезпечення внутрішньої та зовнішньої якості освітніх послуг.

Особливий інтерес, на наш погляд, являє собою статистична комплексна модель доданої академічної вартості (Academic Value Added), що активно впроваджується становлення національних економік знань, такими як Великобританія, Сполучені Штати Америки (США), Канада, Австралія, Швеція, Німеччина та інші розвинені країни світу. Останнім часом, регресійні моделі доданої академічної вартості почали використовуватися країнами, що розвиваються, для порівняння переваг державних та приватних (незалежних) освітніх закладів шкільного рівня [6].

Аналіз додаткової академічної вартості – це статистичний метод, що допомагає педагогам та адміністративним освітнім органам оцінювати вплив навчальних закладів різних ступенів підготовки, від закладів середньої освіти до університетів, на академічні успіхи учнів/студентів, їх подальше життєве благополуччя та соціальну значущість у суспільстві. Так, освітніми аналітиками у сфері реформування шкільної та вищої освіти у США та Великобританії використовується модель розрахунку доданої академічної вартості, розробленої доктором Вільямом Сандерсом, для оцінки ефективності діяльності вчителів та викладачів ВНЗ, а також для порівняльного рейтингового аналізу освітніх установ в цілому.

Індикатори результативності у структурі моделі доданої академічної вартості все частіше використовуються для оцінки ефективності діяльності освітніх установ у всьому світі. Враховуючи, що сфера освітніх послуг є першоосновою економіки, яка заснована на знаннях, можна передбачити формування розвиненими країнами світу надійної основи стратегічного спрямування інвестицій в інноваційний економічний уклад.

1. Яцук Т.А. Ринок освітніх послуг: сутність та тенденції розвитку / Т. А. Яцук // *Інноваційна економіка*. - 2013. - № 8. - С. 246-249. 2. Савченко В.А. Управление развитием персонала [Электронный ресурс] / Савченко В.А. // *Экономическая перводная литература*. – 2002. – Режим доступа до ресурсу: <http://econbooks.ru/books/part/11302>. 3.

Під редакцією Предборського В.А. Економічна теорія / Інфраструктура ринку [Електронний ресурс] // Навчальні матеріали онлайн. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: http://pidruchniki.com/1957041139810/politekonomiya/infrastruktura_rinku. 4. Кузьміна Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебное пособие для магистров / Е. Е. Кузьміна. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 330 с. 5. Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О. Сфера освітніх послуг як вирішальний фактор формування економіки знань на теренах України // Науковий економічний журнал ІНТЕЛЕКТ XXI.– № 1.–2018.– Національний університет харчових технологій ГО «ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНЦІЇ».- С. 58 – 63. 6. Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О. Трансформування національної освітньої системи на платформі моделі доданої академічної вартості // Матеріали Міжнародної науково-методичної конференції «Методичний потенціал, тренди та формати трансформації Європейських освітніх систем». Тези доповідей. – Харків: ХНУБА, 2018. – 316 с.- С. 68-70.

Завербний А.С.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ І ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Для будь-якої країни забезпечення високого рівня ефективності використання паливно – енергетичних ресурсів виступає вагомим проблемою. Рівні надійності, повноти цього процесу характеризуватимуть рівні енергетичної, економічної та національної безпеки України. Енергетична безпека напряму залежить від рівня диверсифікованості, рівня ефективності використання енергоносіїв, що використовуються для її енергетичних потреб.

Українська промисловість має (поки що) значні резерви, адже ж рівень енергозатратності одиниці її ВВП перевищує європейський в декілька разів [1, с. 1]. Необхідним є швидке модернізування галузей національної економіки, яке має зорієнтуватися на зниження рівня енергозатратності, що сприятиме підвищенню рівня їх конкурентоздатності в умовах євроінтеграції.

Як показало дослідження, протягом 2000-2009 рр. спостерігався незначний але поступовий ріст витрат на фінансування інноваційної діяльності, однак у 2009 р. тенденція змінилася. Позитивні зміни щодо фінансування інноваційної діяльності, а отже і підвищення рівня інноваційної безпеки спостерігаються в Україні лише у 2016 році (рис. 2) [2].

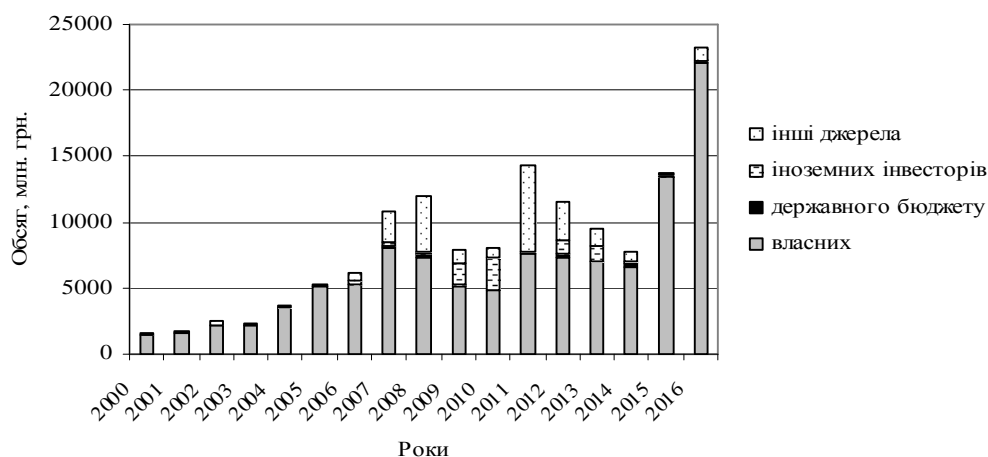


Рис. 1. Динаміка, структура джерел інвестування інноваційної діяльності в Україні у 2000-2016 рр. [2]

Виходячи зі значущості існуючої проблеми енергетичної безпеки, розвиток інноваційної енергетики в Україні має бути підтриманий національною програмою з обов'язковим фінансовим забезпеченням як це давно відбувається в європейських країнах [1, с. 1-3]. Даний напрямок стане важливим для майбутньої енергетичної, і, відповідно, економічної безпеки [1, с. 4]. Отже, підсумовуючи, потрібно констатувати, що саме інноватика в енергетичній галузі України сприятиме підвищенню рівня енергоефективності промисловості й економіки вцілому, знизить рівень залежності від зовнішніх енергетичних джерел і в кінцевому приведе до підвищення рівня економічної безпеки а також рівня безпеки держави.

1. Литовченко В. На екологічній межі: Сонячна енергетика — як альтернатива колективному самознищенню [Електронний ресурс] / В. Литовченко, М. Стріха // Режим доступу: <http://innovate.at.ua/news/2008-10-30-10>. 2. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.

Захарчин Г.М.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІСТЬ У БАГАТОГРАННОМУ ВИМІРІ

Сучасні виклики й трансформація економічних процесів об'єктивно зумовлюють необхідність системного вивчення інноваційної проблематики у контексті її інтерпретації як багатогранного феномену.

Багатогранність інноваційності проявляється в тому, що її можна розглядати як категорію, процес, вид діяльності, світогляд, сферу знання, що зумовлює посилену увагу до неї науковців і практиків. Популярність цієї тематики не зменшується, дискусії не припиняються, а, навпаки, з'являються нові авторські роздуми, теоретичні міркування, розробки методологічного й прикладного характеру. Інновації суттєво стимулюють зміни в суспільстві, а інноваційна властивість економіки сприяє створенню сучасної соціально-економічної реальності.

Розгляд інноваційності в категоріальному аспекті має соціально-філософське підґрунття, що відповідає універсальному закону розвитку. Інноваційність як категорія наділена всіма ознаками понятійного апарату, яка в еволюційному циклі трансформацій функцій менеджменту засвідчує про появу нової функції, співзвучної до сучасних викликів і необхідної для розвитку суспільства, економіки, людини. Категоріальний концепт розгляду інноваційності як загальної властивості суспільства необхідний для окреслення соціально-економічних завдань у теоретичному й практичному сенсі та створення творчої парадигми на засадах соціокультурної ідеології. Цей концепт як окрема ментальна структуралегко розгортається в концептуальну модель інноваційного розвитку, переходячи із теоретичного поняття в практичну площину. Сутнісно категорія «інноваційність» поєднує властивість (креативну активність людини), дію, результатом якої є конкурентоспроможна інновація, процес, як наслідок сукупності дії, що мають свої принципи побудови та закономірності протікання. Категоризація інноваційності сприяє розвитку теоретичного дискурсу, і збагачує наукові дослідження.

Інноваційність як процес складається із відповідних стадій і характеризується своїм життєвим циклом. Процесний підхід до розгляду інноваційності поєднує теоретичний аспект із прикладним, оскільки інновації спочатку виникають на ментальному плані, зароджуються у думці людини, що свідчить про первинність

мисленної діяльності. Наступні стадії відображають матеріалізацію ідеї, трансформацію мисленної діяльності в продуктову. Завдання кожної стадії різні, але мета одна-досягнути ефективного комерційного результату від інноваційного процесу. Впорядкування процесу досягається шляхом вибору відповідної технології управління, завдяки якій відбудеться конвертування інновацій в джерело нарощування потенціалу підприємства і фінансового зростання. Вибір технології невід'ємний від розроблення механізму управління інноваційним процесом, спроможного забезпечити підприємству радикальний прорив на конкурентному ринку. Таким чином, змістовна складова інноваційного процесу передбачає ефективний механізм управління комерціалізацією інноваційних ідей.

Інноваційність як діяльність характеризується пошуком нових можливостей удосконалення усіх факторів, спрямованих на створення інновації. Цей вид діяльності пов'язаний із створенням нової якості у різноманітних формах, ризиком та інвестиціями. Поширення соціогуманістичних тенденцій сприяє розвитку інновацій соціального характеру, а соціальна практика підтверджує необхідність активізації соціально орієнтованих інноваційних проєктів, спрямованих на покращення якості життя і соціального середовища. У контексті інноваційної діяльності окреслюється завдання розвитку персоналу, управління талантами, оскільки креативність є обов'язковою рисою інноваційності. Зауважимо про можливість появи псевдо інноваційної діяльності з огляду на практикування імітації інновацій та «спекулятивних» інновацій, які, на відміну від реальних, не приносять позитивного ефекту в економіці. Важливим завданням інноваційної діяльності є забезпечення добросовісних відносин усіх суб'єктів цієї діяльності впродовж усього життєвого циклу на основі поєднання інтересів і намірів.

Інноваційність як світогляд проявляється в мистецтві створювати нову якість : мислення, думки, ідеї, продукту і вплітається в канву світоглядного простору, якісного цивілізаційного поступу та нової парадигми розвитку. У такому контексті інноваційність стає «будівничою» категорією, що закладає основи розвитку в стратегічному вимірі. Це синтез філософії й методології як результат прояву соціогуманістичної парадигми стратегії розвитку. Крім того, інноваційність породжує нові цінності, надаючи право свободи вибору кожному. Визначаючи пріоритети, співзвучні ключовим нотам сьогодення, уможлиблюється коректування або зміна світоглядних орієнтирів і, відповідно, поведінкових ролей та життєвих сенсів.

Інноваційність як сфера знання концептуалізована в інноваційному менеджменті та систематизована оцінювальним, дескриптивним і інструментальним блоками. Оцінювальний блок містить шкалу цінностей, що відповідають сьогоденню і сприймаються суб'єктами інноваційної діяльності. Дескриптивний блок охоплює опис реального інноваційного процесу, закономірностей, факторів і особливостей його протікання та чинники, що впливають на прийняття управлінських рішень, прогнозування їхніх наслідків, досвід і правила оцінки альтернатив. Інструментальний блок охоплює інституції, дотичні до інноваційної діяльності, ресурсне забезпечення цього процесу, необхідні професійні та інші якості інноваторів, комунікації.

У теоретичному плані інноваційність як сфера знання має своє змістове наповнення, методи дослідження, об'єкт, суб'єкт, завдання, принципи тощо. Практичне осмислення зазначених компонентів проявляється в практиці застосування інновацій, оцінюванні впливу інноваційної діяльності на економічний й соціальний розвиток. Якщо в теоретичній складовій домінують інституціональні компоненти, то в практичній складовій акцент робиться на нормативно-правові, що регулюють інноваційну діяльність. Інтегруючи теоретичний та прикладний аспекти, інноваційність стає загальною методологічною основою для дотичних сфер знання, розвитку інноваційної теорії та ефективного проведення якісних змін у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Отже, інноваційність спрямована на якісну зміну (цілей, результатів) соціоекономічної системи, це складний і тривалий процес, що вимагає системної регуляції, постійного відтворення і забезпечення достатніх умов для цього.

Зимній А., Чернявська Т.

Державна вища професійна школа в Коніні (Польща)

ЗНАЧЕННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПОЛЬЩІ

Згідно пріоритетних напрямів політики розвитку освіти Польщі, ключовим фактором модернізації національної економіки вважається інтеграція науки, освіти і виробництва. Саме така форма взаємодії забезпечить країну необхідним кадровим потенціалом і наукомісткими інноваційними технологіями. Виходячи з цього, вищі навчальні заклади повинні брати участь в розвитку національної економіки, приділяючи увагу двом важливим напрямкам:

- розробці програм навчання висококваліфікованих фахівців;
- ведення активної наукової діяльності в області розробок інноваційних технологій, послуг.

З метою активізації розвитку інноваційної сфери уряд країни проводить послідовну політику підтримки інноваційного підприємництва, а також стимулювання науково-дослідницької та винахідницької діяльності як необхідної умови забезпечення національної конкурентоспроможності на європейському та світовому ринках.

Крім того, до теперішнього часу в Польщі, багато в чому завдяки коштам з фондів Євросоюзу, реалізуються програми, які містять істотну інноваційну компоненту: «Інфраструктура і навколишнє середовище», «Інтелектуальний розвиток», «Цифрова Польща», «Знання, Освіта, Розвиток». Зі структурних фондів ЄС на реалізацію даних програм в 2014-2020 рр. буде виділено майже 43 млрд євро. Слід зазначити, що на сьогоднішній день в країні створена досить розвинена інфраструктура підтримки інноваційної діяльності, елементи якої активно співпрацюють із вищими навчальними закладами: технопарки, технологічні інкубатори, центри трансферу технологій, кластери і Національна мережа інновацій.

Так, технологічні парки є платформою для передачі технологій з наукових лабораторій у сферу бізнесу. Зараз в Польщі функціонують 40 діючих технопарків та близько 15 в стадії утворення. Технопарки розташовані у всіх польських воєводствах Польщі. Найбільша їх кількість - в Сілезькому (8), Нижньосілезькому (6) і Великопольському (6) воєводствах.

Важливим елементом національної інноваційної інфраструктури є центри трансферу технологій. Це спеціалізовані структури, які займаються комерціалізацією результатів наукових розробок, забезпеченням трансферу науково-технічної інформації на національному і міжнародному рівнях, підтримкою інформаційних баз даних. Центри забезпечують доступ до сучасних технологій малим і середнім підприємствам, надають їм інформаційну та консультаційну підтримку. У Польщі існують центри трансферу технологій двох типів - академічні ЦТТ, що функціонують в рамках вищих навчальних закладів, і ЦТТ, не пов'язані безпосередньо з ними. Центри трансферу технологій створені в Кракові (9), Варшаві (8), Познані (7) та Лодзі (5) [1].

Економічному зростанню Польщі сприяють також кластери і кластерні ініціативи. Звіт про інвентаризацію кластерів в Польщі, що опубліковані польським агентством з розвитку підприємництва (PARP) в 2016р., вказує на активну роботу 134 кластерів і 106 кластерів, які не відповідають всім критеріям, прийнятими PARP. Останні називають

кластерною ініціативою, які незабаром стануть кластерами. Більшість кластерів та кластерних ініціатив досить молоді, але в поєднанні з співпрацею з вищими навчальними закладами та високим рівнем інноваційної активності їх співробітників, цей факт доводить значний потенціал розвитку таких формувань. Незважаючи на молодий вік, польські кластери вже сьогодні впроваджують ряд заходів, націлених на використання ефекту синергії. Вони включають в себе створення загальної пропозиції, проведення дій лобіювання по відношенню до органів влади, спільні закупівлі, продаж через загальний канал збуту [2].

Метою кластерної політики в Польщі є активізація інноваційної діяльності та конкурентоспроможності польської економіки на основі інтенсифікації співробітництва, взаємодії та потоків знань всередині кластерів і розвитку стратегічної економічної спеціалізації.

Таким чином, можемо стверджувати, що неабияку роль в інноваційному розвитку відіграють вищі навчальні заклади.

В країні створена і успішно функціонує система освіти Польщі, що включає:

- 430 вищих навчальних закладів;
- майже 1,41 млн студентів;
- близько 90% з загальної їх кількості, що говорять на іноземних мовах;
- 57 тисяч іноземних студентів з 156 країн світу;
- майже 30% громадян у віці від 25 до 64 років з вищою освітою (бакалаври - 6%; магістри - 21%; кандидати наук - 1%).

Відносно якості польської освіти слід відзначити, що в рейтингу серед 800 кращих університетів світу QS World University Rankings® 2014/15 увійшли 5 університетів країни: Варшавський університет - 335-е місце в рейтингу, Ягеллонський університет - 371-е, Варшавський технологічний університет - 651-е, Лодзький університет і університет Миколи Коперника - 701-те місце [3].

У найбільшому міжнародному освітньому рейтингу (ОЕСР) Польща займає 5 місце в Європі і 11 у світі, попереду Британії та Сполучених Штатів.

Все вище зазначене підтверджує Глобальний індекс інновацій (The Global Innovation Index) Польщі. Цей індекс складений з 82 різних змінних, які детально характеризують інноваційний розвиток країн світу, що перебувають на різних рівнях економічного розвитку. Автори дослідження вважають, що успішність економіки пов'язана, як з наявністю інноваційного потенціалу, так і умов для його втілення.

За даними рейтингу, у 2017р. Польща посіла 38 місце серед 127 країн світу, набравши 41,99 балів інтегрованого індексу, що охоплює 82 показника [4].

На закінчення варто відзначити, що, незважаючи на наявність певних проблем, що стоять перед Польщею в області розробки і впровадження інновацій, включеність країни в загальноєвропейські організації науково-технічної та освітньої сфер допомагає реалізації національних інноваційних проектів. ЄС надає польській інноваційній сфері той інституційний (і частково фінансовий) каркас, який дозволяє їй залишатися помітною частиною загальноєвропейської економіки знань.

1. *Почему Польша? [Текст] // ПАИиИИ, 2015. – 60 с. 2. Стапановский А.Э. Ключевые кластеры в развитии польской экономики [Электронный ресурс] / А.Э. Стапановский / Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/29089/1/Stepanovskiy_A._E.._s._235_237.pdf.*
3. *QS World University Rankings® 2014/15 [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014#sorting=rank+region="+country="+faculty="+stars=false+search](https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014#sorting=rank+region=).*
4. *Глобальный индекс инноваций. Информация об исследовании и его результаты [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info>.*

СТАН МІЖНАРОДНИХ РЕЗЕРВІВ УКРАЇНИ

Досвід зарубіжних країн свідчить про те, що ефективне поєднання різноманітних інструментів монетарної політики створює підґрунтя для ефективного використання можливостей для економічного зростання, вирішення проблеми тимчасової нестачі ліквідності банківської системи, що у свою чергу мінімізує ризики виникнення кризи платоспроможності банків. Одним із таких інструментів є міжнародні резерви, що використовуються центральними банками для здійснення інтервенцій на валютному ринку.

Таблиця 1

Структура та обсяги міжнародних резервів України за 2015-2017 рр.

Показники міжнародних резервів	Обсяг, млн. дол. США			Структура, %			Темп приросту 2015-2017 рр., %
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	
Резервна позиція в МВФ	0,03	0,03	0,03	0,00023	0,00019	0,00016	0,00
Резерви в іноземній валюті	12359,23	11893,74	14834,95	92,93	76,54	79,60	20,03
Золото	931,91	941,71	1045,62	7,01	6,06	5,61	12,20
Спеціальні права запозичення (СПЗ)	8,82	2703,85	2756,88	0,07	17,40	14,79	31157,14
Всього: офіційні резервні активи	13299,99	15539,33	18637,48	100,00	100,00	100,00	40,13

Джерело: систематизовано авторами за даними [1]

В Україні міжнародні резерви НБУ спрямовує на досягнення стабільності валютного ринку, стримування коливань валютного курсу, забезпечення надійності банківської системи зокрема та стабільності національної грошової одиниці загалом. Від наявності (обсягів та структури) міжнародних резервів залежить спроможність НБУ ефективно здійснювати валютні інтервенції та підтримувати стабільність курсу гривні. Інформацію про структуру та обсяги міжнародних резервів України за 2015-2017 рр. систематизовано в табл. 1.

Раціональне використання міжнародних резервів дозволяє НБУ забезпечувати прогнозованість фінансової ситуації на валютному ринку та в країні загалом. Офіційні резервні активи України, тобто міжнародні резерви, що є у розпорядженні НБУ, мають стійку тенденцію до зростання – темп приросту за 2015-2017 рр. становить 40,13%. Така динаміка є позитивною та бажаною, адже дає змогу НБУ вміло «гасити» коливання на валютному ринку задля досягнення цілей монетарної політики. Варто зазначити, що в 2017 р. така динаміка була досягнута передусім через розміщення СПЗ, також спостерігаємо збільшення резервів в іноземній валюті і збільшення темпів приросту резервів у золоті. Основу міжнародних резервів України становлять резерви в іноземній валюті (79,60% у 2017 р.), частка яких зменшилася із 92,93% у 2015 р. до поточного рівня. У цей же час НБУ реструктурував міжнародні резерви у напрямі збільшення частки СПЗ із 0,07% до 14,79%, тобто завдяки співпраці з міжнародними фінансово-кредитними організаціями наповнив власні міжнародні резерви (зокрема завдяки співпраці з МВФ). Частка інших елементів у структурі міжнародних резервів України практично не змінилася.

Отже, можемо стверджувати, що політика формування та управління міжнародними резервами НБУ створює умови не лише для цінової, а й для фінансової стабільності в Україні у короткотерміновій перспективі.

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЇ

Традиційний погляд завжди полягав у тому, що стандарти та інновації суперечать одні одним [1]. Проте підходи до стандартизації змінюються і, на нашу думку, варто переглянути ставлення до стандартів в інноваційному менеджменті.

За своєю ідеологією, стандартизація є добровільним процесом розробки технічних характеристик товару чи процесу, заснованим на консенсусі між зацікавленими сторонами: виробниками, різноманітними користувачами та державними органами. Використання стандартів у більшості випадків є також добровільним.

Стандарти доступні для громадськості безкоштовно або за певну плату. Їх використання є безкоштовним або в деяких випадках пов'язане зі сплатою компенсації власникам пов'язаних прав інтелектуальної власності.

Можна стверджувати, що стандарти – це специфічний канал передачі інтегрованих знань в рамках консенсусу. Процес стандартизації є своєрідною платформою обміну знаннями для дослідницьких установ, виробників, органів державного управління, споживачів тощо. Окрім кодифікації знань у стандартах, під час стандартизації відбувається також не задокументований обмін знаннями між зацікавленими сторонами. Тому, стандартизація є своєрідним каталізатором для практичної реалізації результатів досліджень у сфері інноваційних технологій, продуктів та послуг.

На жаль, стандартизація в Україні ще не є потужним каналом передачі технологій. Хоча сучасні іноземні дослідження доводять [2], що стандарти стають одним із важливих інструментів національного економічного зростання та нетрадиційних стратегій бізнесу.

Окрім передачі технологічних знань від етапу створення цих знань до етапу їх стандартизації, самі стандарти можуть служити чинниками стимулювання майбутніх досліджень. Особливо це стосується термінології та стандартів класифікації, пов'язаних з фундаментальними дослідженнями, метрологією та вимірюванням. Стандарти випробувань мають вирішальне значення для прикладних досліджень якості товарів, стандарти безпеки є актуальними перед виведенням товарів на ринок, стандарти сумісності є базовими для поширення технологій та продуктів тощо. За всіма цими вимірами стандарти можуть доповнювати або конкретизувати державні нормативні акти. Наприклад, на ранніх етапах розвитку нових технологій саморегулювання за допомогою стандартизації дозволяє зацікавленим сторонам встановлювати гнучкі рамкові умови, які пізніше можуть бути трансформовані у державні нормативні акти. Р. Аллен і Р. Спірам [3] доводять, що переваги стандартів інновацій у проектуванні та виробництві переважають можливі негативні обмеження креативності, встановлені такими стандартами.

Стандарти є основою нашого професійного та приватного життя, а інновації є основним джерелом зростання економіки країни та нашого добробуту. Виклик, який стоїть перед нами – як результативно та ефективно використовувати стандартизацію для сприяння інноваціям.

1. Maxwell J. W. Minimum quality standards as a barrier to innovation / John W. Maxwell // Economics Letters. –1998. – Volume 58, Issue 3, 1 March. – P. 355-360. 2. Shin D.-H., Kim H., Hwang J. Standardization revisited: A critical literature review on standards and innovation / Dong-Hee Shin, Hongbum Kim, Junseok Hwang // Computer Standards &

Козар Г.А., Передало Х.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У нашому сьогоденні складно обійтися без представництва компанії в соціальних мережах, адже це один із інноваційних інструментів сучасності, за допомогою якого організації мають змогу підвищувати впізнаваність свого бренду, товарів та послуг серед користувачів соціальних медіа, яких з кожним роком стає все більше. Саме гарно і чітко оформлений профіль в соцмережах допоможе компанії у створенні позитивного образу, зростанні довіри, лояльності цільових груп, які активно використовують дану Інтернет - платформу у співпраці, що обов'язково вплине на підвищення рівня ділової репутації, та, як наслідок, і прибутків.

Як відомо, ділова репутація – це сформований позитивний або негативний образ (уявлення, думка) про ділові якості компанії чи особи у свідомості потенційних, або (та) наявних споживачів (клієнтів), ділових партнерів, державних органів влади, громадськості тощо, який базується на результатах опрацювання значного обсягу інформації за різними джерелами та напрямками, та впливає на характер її співпраці з цільовими групами. Її формування в соціальних мережах є досить трудомістким процесом, який потребує не одноразового втручання, а безперервної роботи.

Проводячи аналізування наукової та спеціалізованої літератури, окрім класичного функціонального підходу до формування репутації підприємства, нами було рекомендовано 7 етапів даного процесу за допомогою використання соціальних мереж, які наведено на рис.

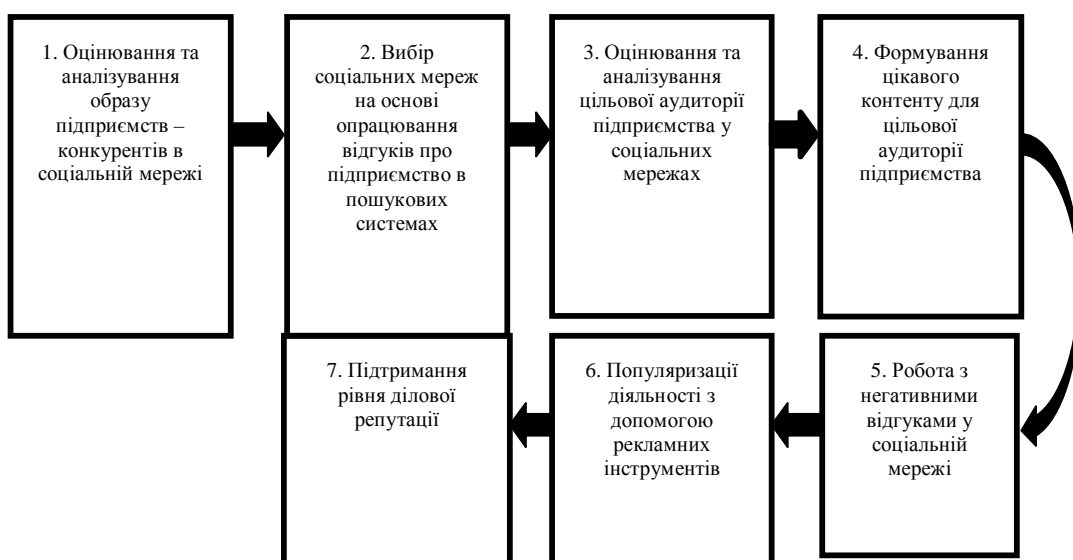


Рис. Рекомендовані етапи формування ділової репутації підприємства через соціальні мережі

Примітка: власна розробка авторів на основі опрацьованих джерел [1,3,4]

Перший етап полягає в наданні оцінки та аналізу образу підприємств-конкурентів у соціальних мережах. Він ґрунтується на детальному оцінюванні діяльності конкурентів, вибір ними методів та способів ведення спілкування з користувачами Інтернету, аналізу вибраних ними видів соціальних мереж тощо.

Другий етап формується на виборі найбільш використовуваних видів соціальних мереж. У більшості випадків користувачі шукають відгуки про компанії через пошукові системи. Тому потрібно підібрати такі інформаційні майданчики, де можливо розміщувати контент, що створюватиме позитивний (чи нейтральний) імідж компанії.

Третій етап передбачає деталізоване визначення цільової аудиторії організації в соціальних мережах. З цією метою рекомендується застосовувати бланки опитування, заповнення своєрідних Google – форм тощо. Для більшого мотивування користувачів соцмереж до участі в анкетуванні компанії часто застосовують знижки або бонуси при умові проходження першими рекомендованого опитування.

Для реалізації четвертого етапу, а саме формування цікавого контенту, компанії треба чітко розуміти свою нішу в інформаційному просторі, та інтереси своєї цільової аудиторії. Користувачі приходять у соцмережі не за покупками. Вони хочуть спілкуватися, розповідати про себе, дізнаватися нове про друзів. Тому, окрім рекламування та позиціонування, підприємству важливо давати практичні поради щодо сфер, які цікавлять її цільову аудиторію, надавати ту інформацію, яку вони потребують та яка дозволить привернути більше уваги до підприємства.

Реалізація п'ятого етапу «Робота з негативними відгуками у соціальних мережах» містить виконання наступних рекомендацій:

- обов'язкова відповідь на коментар;
- відкритість висловлювань (у коментарях слід зберігати як позитивні, так і негативні відгуки, окрім тих, які спеціально водять наклепи на підприємство);
- коректність відповідей на негативні відгуки;
- індивідуальний підхід до коментатора за необхідністю;
- відсутність дублювань відповідей;
- швидкість відповідей;
- ввічливість та терплячість при розмові з коментатором у соціальній мережі тощо.

Шостий етап «Популяризації діяльності з допомогою рекламних інструментів» передбачає використання Інтернет - реклами та інших інструментів для покращення ділової репутації. Перед цим ми зазначали, що неефективно використовувати рекламу у соцмережах, однак на певних етапах вона є доречною, оскільки формує імідж компанії, яка напряму впливає на рівень ділової репутації [5].

Сьомий етап «Підтримання ділової репутації», включає в себе комплексне використання всіх інформаційних джерел. Існують різні джерела формування думки про компанію, а саме: офіційний сайт, сторінки в соціальних мережах, публікації в соціальних мережах, згадки в ЗМІ, коментарі в блогах і на форумах, позиція в пошуковій видачі Google і донедавна Яндекс.

Дані етапи дозволять сформувати таку ділову репутацію в соціальних мережах, яка б забезпечила компанії довготривалу конкурентну стійку перевагу.

1. Щербакова К. Ділова репутація як складова конкурентоспроможності підприємства / К.Щербакова // Схід. — 2010. — № 2 (102). — С. 58-63. 2. Коваленко Є. Ділова репутація менеджменту як ключовий чинник стратегії розвитку підприємств соціально-культурного сервісу / Є. Коваленко // Економіка і менеджмент культури . - 2015. - № 1. - С. 59-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk_2015_1_9. 3. Шкроміда В.В. Ділова репутація підприємства: проблеми оцінки та необхідність обліку / В.В. Шкроміда // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. - 2012. - Вип. 8(2). - С. 207-211. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2012_8\(2\)__36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2012_8(2)__36).

4. Козар Г.А. Особливості формування ділової репутації підприємства за допомогою соц.мереж / Г.А. Козар // Збірник матеріалів Міжнародної науково – практичної конференції [«Стан та розвиток підприємництва в умовах ринкової економіки проблеми та перспективи»], (м. Дніпро, 18-19 січня) - Дніпро: НО «Перспектива», 2018. – с. 67 - 70. 5. Передало Х.С. Соціальні мережі як інструмент формування ділової репутації / Х.С. Передало, Г.А. Козар // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»- 2018. - Вип. 1(51).

Комчатних О.В.

Національний транспортний університет

ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Інновації відіграють першочергову роль у розвитку транспортної галузі та подальшому підвищенні ефективності її функціонування. Інноваційна діяльність в галузі повинна бути направлена на поліпшення якості послуг, підвищення продуктивності праці, збільшення дальності перевезень, і в кінцевому рахунку – збільшення долі ринку, виходу на нові ринки і одночасно підвищення власної гнучкості, скорочення виробничих витрат. В першу чергу цього слід досягати за рахунок технічного розвитку галузі. Інноваційний розвиток галузі повинен бути націлений на найповніше та найефективніше задоволення наявних потреб у пасажирських чи вантажних перевезеннях.

Проте сьогодні для вітчизняних транспортних підприємств існує багато перепон на шляху до інноваційності, насамперед фінансового характеру – відсутність доступних фінансових ресурсів, значні витрати на інновації, їх висока ризикованість. Розмір підприємства теж має важливе значення для інноваційної діяльності. Великі підприємства мають більше можливостей здійснювати інновації, оскільки високі обсяги реалізації призводять до більших вигід від таких інвестицій. В них більше можливостей доступу до фінансових ресурсів. Врешті вони можуть просто мати кращу позицію для просування своїх інновацій, і внаслідок цього отримання від них прибутків.

Крім того значну роль у інноваційній діяльності відіграє ринок транспортних послуг, наприклад домінування певних транспортних компаній чи рівень попиту на інноваційні продукти та послуги. Розмір ринку впливає на рентабельність інвестицій в інновації і за рахунок цього чинить безпосередній вплив на ефективність інноваційної діяльності [4]. Сприйняття інноваційного продукту ринком пов'язане з тривалістю його життєвого циклу, лояльністю споживачів до інновацій, перевищенням позитивного ефекту від використання інновацій над їх капіталоємністю. Позитивна споживча оцінка інноваційних продуктів завдяки їх поліпшеній функціональності, екологічності чи якихось символічних атрибутів стимулює до подальшого впровадження інновацій. Власне ринок є основним тестом для виявлення успішності інновації. Тривалий життєвий цикл інноваційної продукції і невеликий розмір ринку негативно впливають на інноваційний розвиток, оскільки призводять до низького попиту на інновації і відповідно до їх тривалої окупності для підприємств-інноваторів.

Структура ринку також може створювати як додаткові стимули так і перепони на шляху до інноваційного розвитку. Згідно досліджень Міжнародного транспортного форуму залежність між конкуренцією і інноваційною активністю на ринку має форму перевернутої U-кривої – за монополії чи дуже високої конкуренції, спостерігаються найменші інноваційні зусилля. Дослідження [5] показали, що монополістична структура

громадського транспорту та сильна конкуренція в сфері вантажних автомобільних перевезень призводять до низьких інноваційних зусиль в цих сферах діяльності.

Згідно гіпотези М. Портера [3], екологічні норми є ще одним важливим чинником інноваційного розвитку. Екологічний регламент створює ринок для нової продукції. Оскільки екологічні правила і стандарти особливо високі в деяких секторах діяльності транспорту, вони можуть стимулювати інновації в сферах, які до цього не мали зацікавленості в них. Відповідність екологічним стандартам прямим чином впливає на конкурентоспроможність підприємства і відкриває йому доступ до раніше закритих ринків. Так, наприклад, постійне підвищення екологічних стандартів «Євро», що регулюють вміст шкідливих речовин у вихлопних газах, змушують автотранспортні підприємства безперервно модифікувати та оновлювати наявний рухомий склад.

Незважаючи на безліч причин для здійснення інноваційної діяльності транспортними підприємствами, менше 10% з них належить до інноваційно-активних. Це означає, що в даному секторі механізм ринкового регулювання не спрацьовує. Концепція розладів ринку давно відома в економічній теорії [2]. Згідно її положень, коли рівновага на ринку порушується, виникає необхідність адміністративного регулювання для усунення негативних наслідків від дії несправних ринкових механізмів. В контексті інновацій, до основних причин недооцінки інноваційних зусиль на ринку можна віднести: невідповідність між різними компонентами інноваційної системи, неточність та асиметрію інформації, несумісність стимулів та інші чинники, що заважають безперебійній роботі ринкових механізмів.

В умовах неспроможності ринку здійснювати трансформацію інновацій в бажаному напрямку, державне втручання є досить виправданим. Хоча ця думка і йде в розріз з класичними поглядами на інноваційну політику, в яких основна увага приділяється лише створенню необхідних умов для процвітання інноваційних зусиль, а решта завдань покладається на наявні ринкові механізми. Ключове питання інноваційної політики у якості чинника розвитку – це баланс між інноваційними стимулами і конкуренцією. У багатьох випадках конкуренція допомагає розвитку підприємств. Однак з динамічної точки зору, необмежена конкуренція як і абсолютна монополія чинять перепони на шляху до інновацій. В першому випадку обмежуються можливості підприємців щодо отримання вигід від своїх інноваційних зусиль. В другому, монополіст, користуючись наявною позицією, скоріше буде чинити перепони на шляху потенційних конкурентів, ніж цікавитися інноваціями. Тобто, раціональна інноваційна політика має заохочувати інноваторів в межах розумного. Оскільки, занадто сильний їх захист теж негативно впливає на подальший інноваційний розвиток.

На сьогоднішній день зважена державна політика регулювання інноваційної діяльності має стати важливим чинником подальшого інноваційного розвитку галузі. Однак, в умовах дефіциту бюджету, наявна сьогодні політика є недосконалою і занадто дорогою для нашої країни. Тому існує потреба в збалансованості політичних зусиль для отримання найкращого результату. Вважаємо, що однією з проблем сучасної інноваційної політики є її фронтальний характер. Світовий досвід доводить, що перехід від фронтальної до вибіркової інноваційної політики забезпечує найвищі результати [1].

Зважена державна політика, направлена на інноваційний розвиток транспортної галузі, має забезпечувати: виділення пріоритетних напрямів науково-технічного розвитку транспорту, відповідно до загальнодержавної інноваційної політики; ресурсне, організаційно-правове, економічне та соціальне забезпечення обраних пріоритетів; моніторинг результатів та перегляд вибраних цілей; стратегічне прогнозування та планування.

1. Ефремова, Е. Н. Государственное регулирование инновационной деятельности на транспорте / Е. Н. Ефремова // Механизмы устойчивого развития инновационных социально-экономических систем : материалы V Междунар. науч.-практ. конф.

(Бобруйск, 1 апр. 2010 г.). – Минск: БГЭУ, 2010. – С. 99-100. 2. Medema S.G. Mill, sidgwick, and the evolution of the theory of market failure // *History of Political Economy*, 2007 – Vol 39(3) – pp. 331-358. 3. Porter Michael E., Claas Van der Linde. Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship // *Journal of economic perspectives*, 1995 – Vol 9(4) – pp. 97-118. 4. Schmookler J. *Invention and economic growth*. – Cambridge: Harvard University Press, 1966. – 332 p. 5. *Transport and Innovation: Towards a view on the role of public policy // Forum Paper 2010-9: International Transport Forum*. – OECD, 2010 –10 p.

Коpecь Г.Р., Урікова О.М., Прийма Л.П.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

У сучасному глобалізаційному світі електронний бізнес (ЕБ) став ефективним напрямком діяльності та розвитку корпорацій. Така ефективна взаємодія корпорацій між собою на товарних, технологічних та фінансових ринках сприяє зростанню рівня задоволення потреб споживачів товарів, послуг, робіт та технологій. Погляди науковців та практиків на реалізацію корпоративної конкурентоспроможності ЕБ пов'язані із сутністю управлінської діяльності: візія (бачення розвитку бізнесу), цінності, місія, стратегії, стратегічні цілі та ініціативи, індивідуальні цілі та корпоративні компетенції працівників. Важливими передумовами підвищення конкурентоспроможності корпорацій вчені відносять впровадження переваг економіки знань, розвиток персоналу (підвищення кваліфікації, рівня підготовки працівників підприємства, планування ефективного просування кадрів, удосконалення управлінського стилю, підвищення рівня організаційної культури, розвиток цінностей компанії під час виконання своєї місії [1].

Можливість здійснення конкретних напрямків діяльності, проведення трансакційних витрат за допомогою Інтернету передбачає використання комплексної програми розвитку персоналу ЕБ, системи управління виконанням з метою підвищення ефективності бізнесу та спільної взаємодії. Такі технології оновлюються, удосконалюються, а інструментами є встановлення індивідуальних цілей та ключових компетенцій для кожного працівника, що є підставою для карти преміювання та ефективної мотивації працівників у сфері е-банкінгу. У рамках співпраці встановлюються та уточнюються цілі, кількісні та якісні ключові показники ефективності, які заносяться у карту преміювання працівника в електронному кабінеті. Впровадження даної системи вимагає проведення приблизно восьмигодинного теоретичного навчання з проведення щорічного та щоквартального оцінювання діяльності працівників та електронного навчального курсу аналогічної тематики [2]. Стимулювання працівників повинно мати не тільки матеріальну складову, але й передбачати якісні параметри життя та соціальні цілі [3]. Перевагами розвитку персоналу ЕБ є оперативність управлінських рішень, удосконалення методів управління ресурсами.

Узагальнення переваг впровадження інноваційних аспектів розвитку персоналу ЕБ:

- зростання прибутковості від зростання обсягів продажу;
- розширення впровадження технологій розвитку персоналу у фінансовому бізнесі; розширення застосування персоналом нових бізнес-моделей та удосконалення методів електронних розрахунків;
- навчання персоналу технологіям планування зменшення повернень, аналізування
- збуту шляхом моделювання рівня зворотних матеріальних потоків, впровадження інноваційних технологій закупівель, електронних розрахунків;

досягнення синергійного ефекту у поєднанні переваг ЕБ, корпоративного навчання, корпоративних університетів та високої кваліфікації керівних працівників;

– ефективний розвиток організаційної культури, соціальна відповідальність.

При використанні достатньо кваліфікованого персоналу в організації переваги ЕБ можуть стати ключовим фактором успіху корпоративної діяльності. Розвиток персоналу- ефективна інвестиція, що суттєво підвищує конкурентоспроможність е-бізнесу без значних капіталовкладень [1].

1. Майсюра О.М. Формування кадрів інноваційного типу- нове покоління трудового потенціалу України / О.М. Майсюра // Актуалні проблеми економіки. – 2010. - №11. – С. 173-179. 2. Малыш Ю. Система управління исполнением в Национальном банке Украины. / Ю.Малыш, Апарин В. // Менеджер по персоналу. – 2018. - №2. – С.30-37. 3. Буй Т. Корпорация счастья/ Т.Буй //Бизнес.Точка зору бізнесу.– 2018.- №10-11.– С.13-17.

Коць О. О., Ільчук П. Г., Якуц Т. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗВИТОК РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день однією з головних складових фінансового ринку є ринок цінних паперів (фондовий ринок). Низький рівень розвитку цього ринку в Україні є причиною труднощів отримання міжнародних інвестицій та впровадження реформ, стримує зростання економіки держави та сповільнює подолання негативних наслідків криз у фінансовій сфері. Ринок цінних паперів є частиною як грошового ринку, так і ринку капіталів. Крім того, він сприяє структурній перебудові економіки України, а також підвищенню добробуту громадян через вільне розпорядження цінними паперами.

Рівень розвитку ринку цінних паперів є показником розвитку всієї фінансової системи країни. Аналізуючи динаміку обсягу випуску цінних паперів в Україні у 2016-2017 рр., можемо спостерігати позитивні тенденції розвитку ринку (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяги випуску цінних паперів в Україні за 2016-2017рр.

Види цінних паперів	Обсяг, млрд. грн.		Абсолютна зміна, млрд. грн.	Темп приросту, %
	2016 р	2017 р		
Акції	199,3	324,8	125,5	62,97
Облігації підприємств	5,55	8,35	2,8	50,45
Опціонні сертифікати	0,19888	0,03245	-0,16643	-83,68
Інвестиційні сертифікати пайових інвестиційних фондів	5,37	6,26	0,89	16,57
Акції корпоративних інвестиційних фондів	10,73	13,71	2,98	27,77
Всього	221,15	353,15	132,00	59,69

Джерело: систематизовано авторами за даними [1]

Обсяг випусків цінних паперів в Україні в 2017 р. становив 353,15 млрд. грн., що на 132 млрд. грн. (на 59,69%) більше, ніж у 2016 р. Основними емітентами у цей період були ПАТ «КБ «Приватбанк» та ПАТ «Ощадбанк», що у 2017 р. емітували акції.

Як наслідок, найбільше зростання спостерігається у випуску акцій – 62,97% порівняно з 2016 р., що склало 125,5 млрд. грн. додаткової емісії. Крім того, у 2017 р. було зареєстровано 114 випусків облігацій підприємств на суму 8,35 млрд. грн., що у порівнянні з 2016 р. на 2,8 млрд. грн (на 50,45%) більше. Опціонні сертифікати не набули особливої популярності в Україні, тому при фактичній їхній емісії у 2016 р. 198,88 млн. грн., у 2017 р. їх було емітовано лише на 32,45 млн. грн. (на 83,68% менше), здійснивши лише 2 зареєстровані випуски. Обсяг випусків інвестиційних сертифікатів пайових інвестиційних фондів у 2017 р. склав 6,26 млрд. грн., що виявилось на 0,89 млрд. грн (на 16,57%) більше ніж у 2016 р. У свою чергу обсяг випусків акцій корпоративних інвестиційних фондів, зареєстрованих на суму 13,71 млрд. грн. збільшилися на 2,98 млрд. грн. (на 27,77%). Отже, спостерігається зростання обсягів емісії цінних паперів за усіма їхніми різновидами, що обертаються на ринку цінних паперів України, крім опціонних сертифікатів.

Ринок цінних паперів України остаточно не сформований, а ефективність його роботи є незначною, що потребує удосконалення механізму його функціонування та запровадження нових фондів інструментів задля розширення можливостей залучення фінансових ресурсів з метою фінансування економіки в необхідних обсягах.

1. Офіційний сайт Національної комісія з цінних паперів і фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nssmc.gov.ua/>

Кочешкова І.М., Трушкіна Н.В.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ

Ключовими чинниками формування інфраструктури регіонів є особливості територіального зосередження виробництва й населення в певних частинах країни, природні умови, технічний рівень виробництва та його шкідливість, будівельні комплекси тощо. Треба відмітити, що від наявності об'єктів інституційної і науково-технічної інфраструктури значною мірою залежить своєчасне й правильне вирішення питань інвестування інфраструктури, розвиток її матеріально-технічної бази, вдосконалення структури й підвищення ефективності економіки регіону.

Цілком зрозуміло, що добре розвинена інфраструктура є необхідною умовою для підвищення якості життя населення, сталого розвитку не тільки регіону, а й держави в цілому. Все це стосується будь-якої території, але старопромислові регіони мають свої особливості, які суттєво впливають на їх соціально-економічний розвиток. Безпосередній вплив мають чинники, які поліпшують або погіршують якість життя окремої людини. В старопромислових регіонах до чинників, які погіршують якість життя людини, можна віднести незадовільні умови життя та стан житлово-комунального господарства, недоступність певних видів послуг, тобто відсутність задоволення базових потреб. Ще одним важливим чинником є стан довкілля, тому що рівень забрудненості землі, атмосфери, води є надзвичайно високим у цих регіонах.

В старопромислових регіонах, де види діяльності, під які було сформовано систему розселення та соціальну інфраструктуру, мають негативну тенденцію щодо свого розвитку, інфраструктура стає обтяжливою для регіону, зростає рівень безробіття не тільки на підприємствах основних галузей, а й на підприємствах сфер освіти, охорони здоров'я, культури та надання побутових послуг.

Важливу роль мають також зовнішньоекономічні чинники, бо обмежений набір товарних груп у цих регіонах суттєво підвищує ризики залежності експорту від змін у

світовій економіці внаслідок зменшення частки продукції традиційних для цих регіонів галузей економіки.

Тому надзвичайно актуальним є формування сучасної структури промислового комплексу старопромислових регіонів України для їх інноваційного розвитку.

Найчастіше у самих підприємств в старопромислових регіонах бракує коштів для фінансування інновацій, а держава, регіональні та місцеві органи влади не мають для цього достатніх коштів, але не тільки вони повинні піклуватися цим питанням. Потрібні зміни у свідомості людей, вони повинні зрозуміти, що якість їх життя певною мірою залежить від них самих. Тому розвиток публічно-приватного партнерства (саме публічно-приватного, із залученням широкого кола зацікавлених мешканців громад) дозволить використати досвід та ефективність приватного капіталу, вкласти значні інвестиції в інноваційний розвиток старопромислових регіонів на середньо- і довгостроковій основі.

Публічне партнерство повинне сприяти активній участі мешканців громад, але промислові підприємства основних галузей старопромислових регіонів не настільки близькі широким верствам населення, щоб чекати на фінансову підтримку з їх боку. Тому концепція інноваційного розвитку старопромислових регіонів повинна стосуватися:

впровадження на підприємствах ресурсозберігаючих технологій, принципів «зеленої економіки», управління вторинним використанням відходів і, як наслідок, покращання стану довкілля. При цьому їх оцінку слід проводити на програмному рівні з відповідними розрахунками їх ефективності;

покращання умов праці на промислових підприємствах за рахунок модернізації виробництва, впровадження стимулів або застосування санкції з метою заохочення роботодавців вкладати кошти в безпеку праці, проведення постійних тренінгів з питань промислової безпеки та медичних оглядів працівників;

диверсифікації економіки у напрямі збільшення частки галузей, орієнтованих не тільки на задоволення внутрішнього попиту, в тому числі його споживчого сегменту, але в напрямі створення нових підприємств більш високого рівня виробничого укладу, зорієнтованих на впровадження інноваційних технологій та застосування новітнього устаткування. Для вирішення проблем місцевих видозмін та економічного різноманіття програми диверсифікації повинні бути досить гнучкими й врахувати місцеві особливості, а мережі переорієнтації робітників промислових підприємств доцільно створити ще до початку диверсифікації економіки;

підтримки та реалізації міжрегіональної співпраці для розширення збуту своєї продукції;

розвитку інфраструктури міст, забезпечення постійних і якісних комунальних послуг (гаряча вода, питна вода, центральне опалення, центральна каналізаційна система), розширення сфери забезпечення населення сучасними видами інформаційного зв'язку, інтернет-послугами;

покращання медичних послуг (кваліфіковані лікарі та парамедичні працівники, сучасне медичне устаткування, достатня кількість матеріалів);

розробки та реалізації інклюзивних проектів, основною метою яких повинно бути залучення уразливих верств населення в роботу, інтеграція молоді, жінок, людей з інвалідністю, людей похилого віку в ринок праці, надання їм можливості одержання соціальної й економічної вигоди від участі в проектах, а тим самим підвищення рівня й якості життя всіх громадян. До розробки таких проектів слід залучати усі відповідні зацікавлені сторони, включаючи адміністрації місцевого рівня, ради та спільноту. Як ключовий елемент залучення спільноти слід розглядати громадські слухання місцевого рівня;

запровадження регулярного моніторингу та оцінки реалізації концепції, проведення громадських слухань щодо її реалізації на місцевому рівні з метою виконання вчасних дій з її коригування;

пошуку нетрадиційних джерел фінансування.

Сучасний світовий досвід свідчить, що застосування принципів краудфінансingu (краудінвестингу) може бути таким джерелом і здатне змінювати свідомість населення швидко й докорінно саме через можливість отримувати певну фінансову вигоду від участі в публічно-приватному партнерстві.

Поки що застосуванню краудінвестингу не приділяють достатньої уваги, але децентралізація управління на місцях, розвиток громад, особливо в промислових регіонах, що мають монопродуктову спеціалізацію, здатні вивести це джерело фінансування в дієвий чинник публічно-приватного партнерства. Доцільно відмітити, що відмінною рисою краудінвестингу є інвестиції, які залучаються невеликими сумами за спрощеною процедурою, тобто він має істотні переваги для інвестування інноваційного розвитку старопромислових регіонів, оскільки знімає ряд певних обмежень традиційних способів фінансування.

Тобто розробка й реалізація відповідної концепції інноваційного розвитку старопромислового регіону на засадах публічно-приватного партнерства із залученням всіх верств населення буде сприяти покращанню якості їх життя та досягненню сталого розвитку регіону в цілому.

Крикавський Є.В., Леонова С.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ТЕЛЕПРАЦЯ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ

Глобалізація та інформатизація суспільства, а також викликана ними флексибілізація та дестандартизація сьогодні стають причиною трансформаційних процесів у сфері класичної зайнятості, що призводить до появи нових форм зайнятості, змін у соціально-трудових відносинах, появи «дистанційних відносин» між працедавцем та працівником. Такий спосіб співпраці отримав назву телеробота (телепраця) [3].

Аналізуючи безліч визначень телероботи можна дійти до висновку, що телеробота як форма зайнятості певною мірою відрізняється від звичайної зайнятості, яка зазвичай характеризується трьома властивостями. Перш за все, телепраця означає, що працівник виконує роботу за межами офісу, філії компанії, дистанційно від роботодавця. Таким чином, працівник виконує свої обов'язки вдома, у клієнта або в дорозі. По-друге, працівник залишається в контакті з начальством і колегами, використовуючи сучасне обладнання та телеінформаційні системи (наприклад, телефон, електронну пошту, засоби обміну миттєвими повідомленнями Viber, VPN, Skype, відеоконференції). Вищезазначені засоби комунікації застосовуються у ході виконання завдань, для вибору інструментів, передачі чи подання результатів роботи.

Отже, головна особливість телероботи полягає у тому, що працівники можуть виконувати свої трудові обов'язки на відстані від офісу, у зручний для них час, використовуючи при цьому передові комп'ютерні та телекомунікаційні технології, а потім здійснювати електронну передачу результатів своєї роботи в офіс. Дистанційна робота втрачає характерні ознаки трудових правовідносин: працівник не перебуває під безпосереднім контролем роботодавця, тому й питання трудової дисципліни, охорони праці з боку роботодавця і взаємної відповідальності сторін виявляються під питанням.

В Україні телеробота ще поки не набула офіційного статусу та суспільного визнання, але в європейських країнах темпи її розповсюдження є дуже високими – частка потенційно дистанційно зайнятих працівників складає від 10 % до 22 % загальної кількості працюючих [1, с.6]. В сучасних економічних умовах використання телепраці є актуальним, тому що цей вид праці дозволяє підвищувати рівень якості товарів та послуг через підвищення продуктивності. Телеробота також сприяє

підвищенню рівня задоволеності робітників власним робочим місцем та найширшій реалізації соціально-особистісних потреб.

Найпоширенішими професіями, представники яких використовують саме телероботу, є: веб-дизайнер – розробка дизайну сайтів, макетів сторінок, рекламних банерів, оголошень, логотипів; банермайстер – дизайн та розвиток сайту, його просування; веб-розробник – розробка нових програм та сайтів, керівництво групою програмістів; контент-редактор – наповнення корпоративних сайтів, порталів, постійне оновлення інформації; форекс-трейдер – гра на курсі валют за допомогою системи «Форекс» (Forex), віртуальне управління фінансами в режимі реального часу, здійснення миттєвих операцій. Віддаленими працівниками також можуть бути програмісти, дизайнери, ріелтери, редактори, мультиплікатори, ілюстратори, фахівці обробки баз даних і програмісти, проєктувальники, інженери, маркетингові фахівці, медичні фахівці, журналісти, аналітики, автори текстів, коректори, рецензенти, координатори проєктів, торгові представники та інші [2].

Широкого розповсюдження віртуальна робота отримала в таких сферах діяльності, як журналістика, консалтинг, програмування [3].

Американські науковці В. Хувз, В. Б. Корт та С. Робінсон у своєму дослідженні дійшли висновку, що темпи розповсюдження телепраці залежать від мотивації трьох видів юридичних осіб: органів самоврядування, працівників та працедавців [4, с.15]. У табл. 1 наведено основні переваги, що виступають мотивуючими чинниками використання телероботи для кожного із цих видів.

Таблиця 1

Переваги використання телепраці для юридичних осіб різного роду

Суб'єкти господарювання	Переваги використання телепраці
Органи самоврядування	<ul style="list-style-type: none"> - скорочення безробіття в місті чи регіоні, в тому числі збільшення зайнятості жінок, людей похилого віку та людей з обмеженими можливостями; - обмеження транспортного колапсу, включаючи викиди в атмосферу та зниження шуму під час поїздок на роботу та додому; - підвищення безпеки дорожнього руху (зменшення кількості транспортних засобів)
Працівники	<ul style="list-style-type: none"> - можливість фінансових заощаджень (зниження витрат на переїзд на роботу і назад); - мінімізація незручностей, пов'язаних з приїздом на роботу (нездужання, матеріальні витрати працівника, час, витрачений на проїзд) - більша свобода у виконанні службових обов'язків (управління робочим графіком, підбір місця реалізації завдань); - можливість кращого узгодження трудових та сімейних обов'язків; - можливість проживання за межами центру міста (економія коштів на придбання квартири чи будинку)
Роботодавці	<ul style="list-style-type: none"> - обмеження витрат на утримання офісу (оренда, меблі, світло, вода, опалення, захист об'єктів та ін.); - можливість наймати необхідних спеціалістів або фахівців з віддалених місць

Таким чином, дослідження міжнародного досвіду ефективного використання телепраці та впровадження результатів досліджень на вітчизняному ринку праці сприятиме не лише його розширенню, але й забезпечить баланс попиту та пропозиції,

дозволить українській робочій силі стати мобільнішою, забезпечить працевлаштування чи додатковий дохід населенню рівномірно по території всієї країни.

1. Моторна І. Дистанційна зайнятість в умовах глобалізації економіки та соціально-економічні вигоди від її використання / І. Моторна // Україна:аспекти праці. – 2008. – № 3. – С. 6-12. 2. Волкова О. В. Телеробота та фактори її впливу на розвиток соціально-економічних систем глобального, макро-, мезо-, мікро- та індивідуального рівня / О. В. Волкова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 3. – С. 48-51. 3. *Telework and Telecommuting: Common Terms and Definitions* [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.eto.org.uk/faq/faq02.htm#telecommuting>. 4. Ciechomski W., *Telepraca jako elastyczna forma zatrudnienia*, [w:] red. J. Kowalewski, *Telepraca w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw*, str.12-33, Wyższa Szkoła Marketingu i Zarządzania w Lesznie, 2007 Leszno.

Кузьмін О.Є., Жежуха В.Й.

Національний університет «Львівська політехніка»

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

Реалії сьогодення неминуче зумовлюють необхідність змін більших чи менших масштабів щодо використання інструментів управління, модернізації виробничих процесів, удосконалення асортименту та номенклатури продукції, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції тощо. Водночас, вивчення вітчизняної теорії і практики дає змогу зробити висновок про те, що ці зміни повинні мати більшою мірою радикальний характер, що і передбачається реінжинірингом як управлінською технологією.

Ретельне діагностування систем управління вітчизняних підприємств дає змогу зробити висновок про те, що реінжиніринг бізнес-процесів у вітчизняному бізнесі повинен бути спрямованим перш за все на кардинальну зміну стратегічного бачення розвитку, на удосконалення внутрішніх управлінських процесів, на підвищення якості методів управління, на забезпечення дієвості HR-менеджменту, на впровадження шляхів підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також на вдосконалення різноманітного забезпечення виробничо-господарської діяльності (інформаційного, методичного, фінансового, кадрового, інвестиційного тощо).

Очевидно, що будь-які заходи в межах процесів реінжинірингу вимагають необхідності поглибленого вивчення потреб клієнтів, діагностування стану та динаміки внутрішніх бізнес-процесів, прогнозування подальшої поведінки суб'єктів ринку, установлення наявних обмежень, ідентифікування можливостей тощо. Якщо ще донедавна реінжиніринг бізнес-процесів на підприємствах в Україні застосовувався у галузях, що динамічно розвивались, то зараз в умовах посилення євроінтеграційних процесів ситуація змінюється докорінно: реінжиніринг потрібний і в галузях, темпи розвитку яких є навіть невисокими. Проблема ускладнюється тим, що реінжиніринг бізнес-процесів на підприємствах України в силу певних обставин має бути спрямованим більшою мірою не на вдосконалення чи модернізацію цих процесів, а на побудову кардинально нових. Це вимагає активного залучення у ці процесі керівників усіх рівнів управління, а також безпосередньо власників та ТОП-менеджерів.

Як свідчить вивчення теорії і практики, реінжиніринг дає змогу підприємству досягти синергійного ефекту, водночас вимагає наявності висококваліфікованих працівників чи залучених консультантів, достатнього фінансового забезпечення, знання і

розуміння етапів здійснення реінжинірингу, вміння мислити системними і комплексними категоріями, розуміння потреб клієнтів та вимог бізнес-середовища, ретельного діагностування кон'юнктури ринку тощо. У всіх випадках реінжиніринг передбачає зміни, які компанії повинні не лише розуміти, а й трактувати їх економічно доцільними.

Таким чином, нерідко єдиним дієвим виходом чималої кількості вітчизняних підприємств з кризи є зміни, часто радикальні, що зумовлюють необхідність застосування усього спектру інструментарію реінжинірингу. Саме реінжиніринг часто є тим єдиним механізмом, який дає змогу суб'єкту господарювання зробити крок вперед та спрямувати зусилля усіх працівників на розвиток. Будучи однією з ключових тем другої половини 90-х років, реінжиніринг бізнес-процесів залишиться таким і надалі – як в Україні, так і в економічно розвинутих країнах. Особливо це буде актуальним для підприємств, що функціонують на ринках, які динамічно розвиваються, а також для суб'єктів господарювання, що співпрацюють із іноземними партнерами.

Кузьо Н.Є., Косар Н.С.

Національний університет "Львівська політехніка"

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ: СКЛАДОВІ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Світові тенденції розвитку інновацій свідчать про появу нових структур - інноваційних екосистем, що сприяють перетворенню знань в інноваційні продукти з використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів. Передумови їх виникнення пов'язані з загостренням екологічних проблем у суспільстві, посиленням ролі системного підходу та інновацій як важливих факторів розвитку підприємств та економіки загалом, активним використанням мережевого укладу, що базується на горизонтальних взаємодіях [1, с. 22].

Основними складовими інноваційної екосистеми є [2, с. 258-260]:

- науково-дослідні організації, інженерно-технічні співтовариства, ВНЗ;
- бізнес, індустрія венчурних інвестицій;
- забезпечуюча інфраструктура (технопарки, бізнес-інкубатори, додаткові сервіси, послуги із захисту інтелектуальної власності, просування інноваційної продукції тощо);
- попит на високотехнологічну продукцію, технології і стартапи;
- законодавче правове поле.

Вітчизняна інноваційна екосистема перебуває у стадії формування, проте повільний її розвиток пов'язаний з певними проблемами (табл. 1).

Таблиця 1

Проблеми формування інноваційної екосистеми в Україні

На рівні держави	На рівні бізнесу	На рівні науки
<ul style="list-style-type: none"> – недосконалість вітчизняної нормативно-правової бази; – відсутність стратегії розвитку високотехнологічних галузей; – відсутність державних програм інноваційного розвитку; – відсутність ефективної системи управління у сфері інновацій 	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність розвинутого бізнес-середовища; – небажання вкладати кошти в інноваційні проекти; – слабкість креативної бізнес-культури серед молоді 	<ul style="list-style-type: none"> – низька конкурентоспроможність вітчизняної науки; – проблеми при комерціалізації результатів наукових досліджень; – психологічні бар'єри при залученні наукових установ до інноваційної діяльності

Складено на основі [2, с. 260, 3]

Проте в Україні є значні перспективи для формування та подальшого розвитку інноваційної екосистеми, зокрема існує значна кількість інститутів інноваційного розвитку (12 технопарків, 28 інноваційних центрів, 28 інноваційних бізнес-інкубаторів, 9 центрів науки, інформатизації та інновацій регіонального рівня, Український інститут науково-технічної інформації) [2, с. 260], а перехід на випуск інноваційної продукції зумовить зростання затребуваності результатів науки та інновацій, створення нових, більш привабливих за умовами й оплатою праці робочих місць, що позитивно вплине на розвиток економіки України та її конкурентоспроможність на світовому рівні.

1. Федулова Л.І. *Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування* / Л.І. Федулова, О.С. Марченко // *Економічна теорія та право*. – 2015. – №2(21). – С.21-33. 2. Лановська Г.І. *Інноваційна екосистема: сутність та принципи* / Г.І. Лановська // *Економіка і суспільство*. – 2017. – Випуск 11. – С. 257-262. 3. Сімсон О. *Екосистема інновацій, проблеми та перспективи в Україні* / О. Сімсон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/Comedianua/ss-69317234>.

Кулиняк І.Я.

Національний університет “Львівська політехніка”

НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Організація інноваційних процесів відбувається в умовах невизначеності як джерела ризику. Невизначеність впливає на рівень досягнення суб'єктами інноваційних процесів очікуваних результатів. Поряд з іншими видами діяльності, інноваційна діяльність вважається однією з найризикованіших. Так, за даними [1], зі 100 ідей інновацій до етапу комерціалізації доходить 1-2, а у тих, що залишилися, імовірність ринкового успіху становить 25-50 %. Як зазначено у джерелі [2, с. 49], на японських успішних фірмах лише 33 % персональних ідей дійшли до стадії технічного розроблення, 47 % з них – до стадії комерційного розроблення, 56 % з них були випущені у масове виробництво і дійшли до ринку. Тобто частка ідей, цілком реалізованих у масовому виробництві, становить приблизно 8,7 %. При цьому із чотирьох нових продуктів лише один приймається споживачами і успішно реалізується на ринку, тому для успіху нового виробу, вважають японці, треба продукувати не менше 18 нових ідей. Частка впроваджених ідей із усієї їх кількості в цілому по Україні не перевищує 20 % [3].

Особливості організації інноваційного процесу пов'язані з внутрішньо властивою йому невизначеністю. Невизначеність досягнення мети, тобто ймовірність отримання позитивного результату, становить на стадії фундаментальних досліджень всього 5-10 %, збільшуючись на етапі прикладних досліджень до 85-90 %, а в процесі розробок – до 95-97 %. Однак і на пізніх стадіях інноваційного циклу залишається істотною невизначеність часу і витрат, необхідних для досягнення ефекту. Жорстке нормування термінів і витрат зменшує імовірність отримання заданого результату, а регламентація результату і термінів пов'язана з допущенням можливості значної перевитрати коштів [2, с. 85-86].

Невизначеність можна охарактеризувати як повну чи часткову відсутність інформації про можливий стан системи (середовища) чи майбутню подію, що впливає на досягнення запланованого рівня ефективності інноваційного процесу (очікуваних результатів). Невизначеність зменшується в міру проходження до наступного етапу в життєвому циклі інноваційного процесу, при цьому збільшується частка успішних проектів (рис. 1).

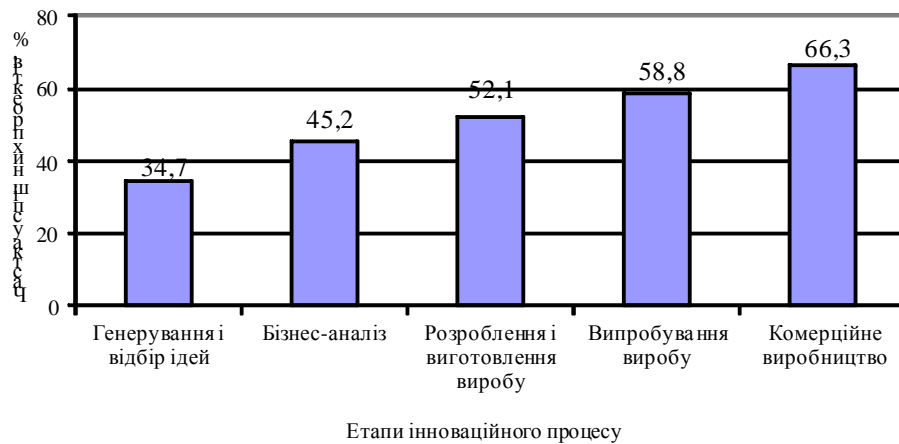


Рис. 1. Частки успішних проєктів на етапах інноваційного процесу [4]

В Україні невизначеність середовища функціонування суб'єктів інноваційної діяльності формують такі чинники: економічна та політична нестабільність, недосконалість законодавчого регулювання у сфері правового захисту об'єктів інтелектуальної власності, недостатнє інформаційне забезпечення, відсутність чіткої державної політики підтримки та сприяння розвитку інноваційного підприємництва, нерозвинутий фінансовий (у т.ч. фондовий) ринок, воєнні дії на Сході, бюрократичні бар'єри, високий рівень корупції, низький рівень наукової обізнаності підприємців тощо.

Невизначеність в організації інноваційних процесів в Україні стримує інноваційну активність підприємств. Так, згідно даних Державної служби статистики України [5], упродовж 2014-2016 рр. питома вага інноваційно активних підприємств становила 18,4 %. Із загальної кількості обстежених підприємств 5,0 % займалися технологічними інноваціями (продуктові та/або процесові), 6,6 % – нетехнологічними (організаційні та/або маркетингові), 6,8 % – технологічними та нетехнологічними інноваціями.

Високий рівень невизначеності в організації інноваційних процесів створює бар'єри у залученні суб'єктами інноваційної діяльності фінансових інвестицій. Серед учасників інноваційної інфраструктури, які беруть на себе високий ризик, який виникає при створенні та впровадженні у виробництво нових продуктів (технологій, послуг), значного розвитку в Україні набувають венчурні фірми. Проте, лише 10 % інноваційних проєктів, профінансових за допомогою венчурного капіталу, досягають успіху на ринку. Венчурні фонди порівняно з іншими видами інститутів спільного інвестування є найбільш ризикованими для інвесторів, що пояснюється відсутністю жорстких законодавчих вимог щодо складу і структури активів цих фондів та операцій з ними, які характерні для інших інститутів спільного інвестування [6]. Серед інших форм зниження невизначеності та формування сприятливих умов розвитку інноваційної діяльності варто зазначити створення бізнес-інкубаторів, технопарків та технополісів.

Оцінювання та аналізування причин та наслідків невизначеності є основою прийняття ефективних управлінських рішень щодо створення та впровадження у виробництво інновацій. Значний ступінь невизначеності в організації інноваційного процесу потребує прийняття рішень щодо його штучного зниження, що передбачає розроблення заходів щодо уникнення, зниження, компенсації чи передачі наявних ризиків.

1. *Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2005. – 582 с.* 2. *Управління інноваціями: навч. посібник / О.І. Гуторов, Л.І. Михайлова, І.О. Шарко, С.Г. Турчіна, О.В. Киричок. – Харків: “Діса*

плюс”, 2016. – 266 с. 3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: навчальний посібник. / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД “Університетська книга”; К.: Видавничий дім “Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с. 4. Купер Роберт Г. Разработка новых товаров / Г. Роберт Купер // Маркетинг / под ред. М. Бейкера. – СПб: Питер, 2002. – С. 434-454. 5. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014-2016 років: Експрес-випуск. – Державна служба статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2017/10/183w.zip>. 6. Стариченко О. Особливості та можливості венчурних інвестиційних фондів в Україні. – Інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ufin.com.ua/analit_mat/rzp/195.html.

Кулініч Т.В., Жучик С.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПОДОЛАННЯ БАР’ЄРІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

За останні роки значно зросло значення інновацій для функціонування вітчизняних промислових підприємств. Проведення успішної діяльності вимагає від суб’єкта господарювання дотримання концепції інноваційного розвитку, впровадження ноу-хау, здійснення постійного пошуку нових способів задоволення споживчих смаків, слідування досягненням НТП та безперервного самовдосконалення.

Дослідженням значення інноваційного розвитку для підприємства займаються численні вітчизняні та іноземні науковці та практики, серед яких: Дикань В.Л., Гончаренко О.В., Ступак С.М., Кобрин Л.Й., Бояринова К.О., Кабанов А.І., Нікітенко І.В., Амоєва І.Е., Найдюк В.С., Тофанчук А.Т. та ін. За Найдюк В.С. «інноваційний розвиток — це процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від його інноваційного потенціалу та джерелом якого є інновації, які створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності на ринку шляхом реалізації вміння знаходити нові рішення та ідеї у результаті винаходів» [1].

У 2017 р. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 759 підприємств, або 16,2% обстежених промислових, тоді як у 2016 р. ця частка становила 18,4%, що в порівнянні із Польщею свідчить про недостатню інноваційну активність промислових підприємств та її зменшення [2, 3]. Більше того, прослідковується прямий зв’язок між розміром промислового підприємства і його рівнем інноваційності. Так, у 2016-17 рр. найвища частка як технологічно, так і нетехнологічно інноваційних підприємств була серед великих промислових об’єктів (див. табл.). Проте, мала би спостерігатися інша залежність: чим більшим є промислове підприємство, тим воно має бути інноваційно активнішим, оскільки має кращі фінансові можливості і здатне витратити більшу суму коштів на НДДКР.

Таблиця

Розподіл промислових підприємств за типами інновацій та кількістю працюючих (у %) за усередненими даними за 2016-17 р. [2, 3]

	Обстежені підприємства, усього	З них інноваційно активні	У тому числі запроваджували		
			технологічні інновації	технологічні та нетехнологічні інновації	нетехнологічні інновації
Усього	100,0	18,4	5,0	6,8	6,6
у т.ч. з кількістю працюючих до 49 осіб	100,0	14,8	3,8	4,9	6,1
50–249 осіб	100,0	24,7	7,3	9,8	7,6
250 осіб і більше	100,0	39,6	11,5	19,9	8,2

Стосовно напрямів інноваційної діяльності промислових підприємств України, то більше половини підприємств із технологічними інноваціями придбали машини, обладнання та програмне забезпечення для виробництва нових або значно поліпшених продуктів та послуг. Майже третина впроваджувала нові або суттєво вдосконалені продукти або процеси, такі як техніко-економічне обґрунтування, тестування, розробка програмного забезпечення для поточних потреб, технічне оснащення, організація виробництва тощо [2, 3].

Отож, інноваційна складова є присутньою на вітчизняних промислових підприємствах, однак її вплив на їх діяльність є незначним. Існує певна кількість негативних чинників, які обмежують інноваційний розвиток промисловості та не дозволяють рухатися вперед. До таких бар'єрів в першу чергу можна віднести брак фінансування інновацій. Як було проаналізовано вище в табл., рівень інноваційності напряму залежить від розміру підприємства, оскільки чим більшим воно є, тим потенційно вищий рівень прибутку може отримати, і тим краще здатне інвестувати в інноваційний процес, бо має кошти. Джерелом фінансування інновацій на промисловому підприємстві в основному є власні кошти (понад 80%), тоді як потрібний інвестор, який би бачив необхідність інвестування та можливість отримати для себе вигоди з цього. Фінансування з боку держави є мізерним. В такому випадку промисловому підприємству доцільно, через брак власного і квазі-власного фінансування оптимізувати витрати і за рахунок їх скорочення надалі вкладати в інновації. Що стосується пошуку інвестора, то слід підвищити власну інвестиційну привабливість та умови, на яких буде здійснюватися фінансування.

Одним із способів фінансування інноваційного розвитку промислових підприємств (навіть великих), за умови розбиття нових напрямків їх діяльності на окремі інноваційні проекти, за реалізацію яких відповідають команди з різнопрофільних фахівців, може бути популярний за кордоном «краудфандинг». В Україні дана система не є поширеною і розвиненою, проте у Європі користується популярністю. Так, Польща з 2011 р. по 2016 р. залучила близько 2853 проектів на краудфандингові платформи, на яких інвестування відбувається шляхом вкладу певної суми коштів від охочих в проекти, які вони вважають перспективними [4]. Створення таких платформ для України значно могло би покращити механізм інвестування стартапів.

До бар'єрів, які обмежують інноваційний розвиток підприємств, можна віднести недосконалість українського законодавства. Нашій державі потрібно винайти дієві варіанти стимулювання і підтримки впровадження новацій, адже розвиток вітчизняних підприємств підвищить ефективність економіки та принесе в майбутньому вигоди для усього суспільства. Необхідно послабити податкове навантаження на новаторів (підприємства) та на інвесторів, готових вкладати в новації українських підприємств.

Одним з важливих бар'єрів, який стримує інноваційний розвиток промислових підприємств є втрата кадрів, котрі через недостатню підтримку своїх ідей на підприємстві та загалом в державі шукають належної для себе оцінки праці (зокрема її оплати), виїжджаючи закордон або змінюючи підприємство / організацію. Серед можливих варіантів вирішення даної проблеми може бути більша увага керівництва до матеріального і морального стимулювання внеску в розвиток підприємства, заохочення до генерування нових ідей, фінансова підтримка до- / перенавчання креативних кадрів.

Досить часто підприємці не зацікавлені у розвитку інноваційної складової свого підприємства і просто нехтують нею. Причинами можуть бути: складна процедура патентування та ліцензування, брак довіри до держави, велика кількість перевірок та складний процес сертифікації, відмова ризикувати і впевненість у негативному результаті. Тому державі потрібно рухатися у бік нормативно-законодавчого спрощення даних процедур. Тоді як промисловим підприємствам варто провести перспективну оцінку вигоди від інновацій, що дозволить цим підприємствам інакше подивитися на значення новацій для зростання їх споживчої привабливості.

1. Найдюк В. С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств / В. С. Найдюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. – № 3. – С. 251–263. 2.

Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014-16 рр.: доповідь; за ред. Р.Ю. Прилипка // Державна служба статистики України. Київ, 2017. – 6 с. 3. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2017 році: доповідь; за ред. О. Кісленко // Державна служба статистики України. Київ, 2018. – 4 с. 4. Kordela D. Crowdfunding w Polsce – koncepcja finansowania społecznościowego. Prace naukowe uniwersytetu ekonomicznego. Wrocław, 2016. S. 143-153.

Кулініч Т.В., Лозова І.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІНТЕРНЕТ – ТОРГІВЛЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДЛЯ ПРИСКОРЕННЯ І ЗБІЛЬШЕННЯ ТОВАРООБІГУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

В умовах сьогодення зовнішнє ринкове середовище є достатньо нестійким, його важко передбачити, тому становлення та модернізування сфери товарного обігу є важливим етапом у забезпеченні стабільності та ефективності розвитку країни. Динаміка обсягу товарообороту за даними Держкомстатистики України є позитивною, адже у 2017 році даний показник зріс на 12592,90 млн. грн до попереднього року, а також суттєво зросла роздрібна торгівля – на +8,8% у порівнянних цінах до поп. року [1]. Незважаючи на такі позитивні тенденції, в сфері обігу товарів країни необхідно відзначити ряд проблем: відсутність швидкого обороту коштів, недосконалість системи державного регулювання та інших. Зважаючи на це, торговельним підприємствам та господарському комплексу нашої країни у цілому необхідно знайти нові шляхи щодо підвищення обсягів товарообороту, забезпечення ефективного функціонування їхньої збутової функції, ґрунтуючись на впровадженні інноваційного підходу – Інтернет-торгівлі.

В міру того як розвиваються інформаційні технології, також впроваджуються і нові методи підвищення обсягів продажу в сфері обігу товарів. Так, одним із найпоширеніших методів є онлайн-торгівля (e-commerce). Спираючись на напрацювання економістів та науковців, зокрема за поглядами В. Циганкова та Б. Богумірської під Інтернет-торгівлею вони розуміють всі види ділових відносин у мережі Інтернет, що включають купівлю-продаж, поставку, угоди про розподіл продукції, банківські послуги та інші форми промислового та ділового характеру [2]. За В. Соболевим «Інтернет-торгівля – це організація і технологія процесу купівлі-продажу товарів, у якому весь цикл комерційної транзакції відбувається із використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів за допомогою реклами й розповсюдження товарів і послуг у мережі Інтернет» [3]. Саме тому запровадження онлайн – торгівлі в Україні вже дозволило підвищити товарооборот внутрішньої торгівлі країни, про що свідчить динаміка частки респондентів України щодо купівлі товарів та послуг в мережі Інтернеті (рис. 1).

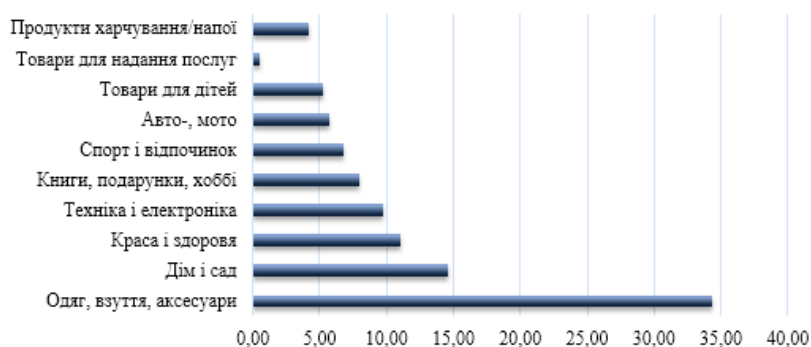


Рис.1. Частка респондентів України щодо купівлі товарів та послуг в мережі Інтернет [4]

З цієї динаміки зрозуміло, що онлайн-торгівля зростатиме і на далі, а отже, це ефективний метод щодо збільшення доходів і прибутків торговельних підприємств та країни в цілому. Загалом до переваг інтернет-торгівлі належать такі: а) збільшення обсягів продажу; б) зменшення витрат на рекламу; в) зменшення операційних витрат та витрат на інфраструктуру; г) можливість врахувати індивідуальні потреби кожного покупця; д) широкі маркетингові можливості; е) більш висока гнучкість, яка дає змогу продавцю оперативно вносити зміни до асортименту. Проте також варто виділити і недоліки, які полягають у такому: 1) ймовірність появи шахрайських підприємств; 2) можливість появи недовіри споживачів до роздрібного торговця в мережі Інтернет; 3) психологічний бар'єр при наданні важливих даних, що міститься в кредитних картках; 4) інформаційна перевантаженість більшості комерційних сайтів. Втім, незважаючи на вищевказані недоліки, інтернет-торгівля стрімко розвивається і в недалекій перспективі ці проблеми будуть вирішені.

Окрім виділеного нами методу підвищення обсягів продажу товарів та послуг варто звернути увагу на більш інноваційні підходи, що в перспективі дадуть змогу оптимізувати торговельний процес в Україні та збільшити його прибутки. Так, один із нових підходів був запроваджений в США, а саме завдяки відкриттю магазину «Amazon Go». Останній є операційною моделлю супермаркету, що працює без продавців та касових апаратів за алгоритмом «зайшов – взяв – пішов» [5]. Така автоматизована онлайн-торгівля містить у собі систему, яка автоматично визначає, коли покупець бере або повертає товари на полицю, а також відстежує їх у віртуальному кошику. Опісля цього, споживач виходить з магазину і з його рахунку автоматично списується необхідна сума, а на його адресу приходить квитанція. Дана операція відбувається за допомогою додатку в смартфоні, співзвучному з даним супермаркетом. Проте, запровадження такого автоматизованого супермаркету зменшить фактичну зайнятість, що є найбільш головним соціальним недоліком даного інноваційного підходу.

Також виділяють ще такі підходи як «покупки без зайвих рухів» та «нова лояльність» [6]. Суть першого полягає в тому, що необхідно скачати відповідну програму на смартфон, яка ідентифікується за номером телефону, і вся ця інформація потрапляє в CRM-систему продавця. Завдяки програмі клієнт поповнює свій рахунок, легко відстежує баланс і має можливість розрахуватися за обраний на певному заході товар в один клік. Дію іншого можна пояснити на прикладі магазинів одягу True Religion, який своєю чергою використовує прийом Apple Watch: тобто коли споживач зі встановленим додатком бренду входить в магазин, то консультант отримує ім'я клієнта, його розміри, історію покупок та список побажань, що тим самим, оптимізує процес продажу товару.

Таким чином, запровадження інтернет-торгівлі в Україні здатне позитивно змінити загальний товарооборот торговельних підприємства та підвищити ділову активність у економіці країни в цілому. З огляду на вищенаведені інноваційні підходи (розглянуті на прикладі США) можна стверджувати, що такі впровадження підвищують рівень обслуговування та збільшують кількість лояльних клієнтів, а споживачі отримують сучасний та індивідуальний сервіс, який доступний як в онлайн, так і в офлайн форматі. Також це дає змогу наростити існуючі обсяги продажу, що в майбутньому забезпечить процвітання і для нашої країни.

1. Електронна комерція в Україні [Електронний ресурс]. – URL: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>. 2. Особливості електронної комерції [Електронний ресурс]. – URL: <http://finance-dom.ru/marketing/81/404-osoblivosti-elektronno%D1%97-komerci%D1%97>. 3. Соколов В. О. Сутність основних понять Інтернет-торгівлі [Електронний ресурс]. – URL:

http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33645.doc.htm. 4. Дослідження ринку Е-комерції в Україні [Електронний ресурс]. – URL: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>. 5. П'ять інноваційних технологій, що змінюють обличчя ритейлу [Електронний ресурс]. – URL : <https://rau.ua/uk/ecommerceuk/innovation-retail/>. 6. Нові тренди ритейлу: від онлайн-шопінгу до супермаркетів без касирів та продавців [Електронний ресурс]. – URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26222>

Кушнірецька О.В.

ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долішнього НАН України»

ВИКЛИКИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ФОРМ ПРОСТОРОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

В умовах сьогодення інтелектуалізація та діджиталізації практично усіх суспільно-економічних процесів відкриває перед людством цілком нову еру розвитку, що актуалізує питання пошуку виважених рішень щодо використання даного потенціалу та подолання викликів, пов'язаних із стрімкими технологічними нововведеннями.

Безповоротність технологічного прориву підтверджується щорічною динамікою нарощення цифрового потенціалу людства:

- за перше десятиліття XXI століття кількість користувачів Інтернету зросла з 350 мільйонів до понад 2 мільярдів. Станом на 2017 р. вже більш, як 50 % населення світу були залученими до мережі Інтернет [1], причому зростання рівня підключеності до всесвітньої павутини більше не розглядається як розкіш для багатих та високорозвинених країн, а, швидше, як один з найпотужніших в історії людства інструментів подолання бідності та прогалин у сфері охорони здоров'я, освіти, захисту прав та свобод тощо;

- щорічно зростає швидкість обробки даних, здешевлюються способи та інструменти їх зберігання; зокрема, згідно закону Мура, чіпи процесорів стають удвічі швидкодійніші кожних вісімнадцять місяців, отже, до 2025 року комп'ютер працюватиме в 64 рази швидше, ніж він працював у 2013, а кількість даних, що проходить оптоволоконними кабелями, за іншим законом, подвоюється кожні 9 місяців [2]. Таке зростання значно пришвидшує процеси фактичного «розмивання» меж між віртуальним і реальним світом;

- суспільний розвиток перейшов у сферу промислового Інтернету, який об'єднує інтелектуальні машини, передові аналітичні засоби та центри контролю, управління, обробки інформації та творчість людей. Сучасний Інтернет речей (з англ. «Internet of Things» - IoT) – є глобальною мережею, з'єднаних через систему Інтернет, фізичних пристроїв – «речей», оснащених сенсорами, датчиками і пристроями передачі інформації. У сучасних умовах мережевого розвитку кількість пристроїв, підключених до всесвітньої павутини, перевищує кількість реальних користувачів. За даними аналітичного звіту Ericsson Mobility Report [3], у світі сьогодні налічується більше 16 млрд. підключених пристроїв, а до 2023 року – це число складатиме понад 30 млрд., з яких приблизно 20 млрд. будуть пристроями світу IoT (у тому числі підключені автомобілі, машини, лічильники, датчики, торговельні термінали, споживча електроніка, інтегровані виробничі системи та автоматизовані відокремлені виробничі модулі тощо).

У сучасних швидкоплинних трансформаційних процесах технології розвиваються так швидко та інколи непередбачувано, що не лише окремі господарюючі суб'єкти не

встигають вчасно налагоджувати ланцюги власної виробничої системи на новій інноваційній основі, але й великим інтегрованим формам просторової організації бізнесу коштує великих фінансових та організаційних зусиль аби коригувати власну конкурентну стратегію і тактику у відповідності до вимог часу.

Таким чином, уряди країн світу, особливо ті, лівову частку господарського комплексу яких посідає виробнича сфера, не можуть ігнорувати дані цифрові та інноваційні трансформації, а повинні докласти усіх зусиль до розуміння того, як працюють нові бізнес-моделі та яким чином слід модифікувати операційні системи управління виробничими процесами задля отримання найбільшої вигоди для усіх стейкхолдерів.

Потужний технологічний розвиток відкриває на даний час практично безмежні можливості для промислового сектору та економіки загалом. Однак, досягнення видимих результатів запровадження принципів інтелектуалізації вимагає врахування та подолання ряду проблем та викликів на шляху організації даного поступу. Зокрема для бізнесу, що працює у сфері промислового виробництва, нагальним є необхідність фокусування перспективних інвестиційних стратегій на таких блоках, як:

- бази даних, комп'ютеризація і мережизація зв'язків: обмін даними, інтелектуальний зв'язок та контроль різноманітних елементів та етапів ланцюжка створення доданої вартості;

- аналіз та інтерпретація даних: сучасні алгоритми збору, обробки, аналізу та інтерпретації даних під конкретні цілі та рішення;

- інструменти та механізми співпраці «людина-машина»: автоматизація процесів на основі доповненої реальності, віртуальної реальності і роботизації;

- новітні виробничі технології: 3D – поліграфія тощо;

- кадрове забезпечення новітніх виробничих та управлінських процесів.

Із перелічених вище блоків, на нашу думку, найбільш болючим та проблемним є людський фактор, як один із ключових детермінантів цифрової трансформації.

Працересурсне забезпечення процесів трансформації економіки має передбачати підготовку кваліфікованих працівників як первинної виробничої ланки, так і вторинної організаційної ланки. Дані процеси вимагають розробки єдиних стандартів та норм, а також гнучкої системи узгодження «індивідуального» та «цифрового» балансу робочого часу, зумовленого зміною процесів організації праці на базі діджиталізації виробничих процесів та інтелектуалізації робочих місць.

Особливої ваги набувають питання кадрової підготовки фахівців, так званого, «перехресного» типу, а саме, тих, що мають глибокі та комплексні компетенції у бізнесі, технологіях, програмуванні, аналізі баз даних тощо. Серед найбільш затребуваних професій майбутнього інтелектуального індустріального сектору – Data scientist, Analytics engineer, Analytics translator, Transformation coach. Фахівці нового типу повинні володіти добрим математичним, статистичним, фізичним апаратом, володіти компетенціями глибинного аналізу даних (виявлення прихованих закономірностей або взаємозв'язків між змінними у великих масивах необроблених даних), а також, маючи фокус підготовки у комп'ютерних науках та програмуванні та розуміючи проблематику бізнесу, вміти транслювати управлінські та виробничі проблеми у технологічну мову і навпаки.

Таким чином, вищі навчальні заклади, а також освітні інституції професійного навчання на сьогоднішній день повинні реально оцінити відповідність переліку спеціальностей, за якими вони готують спеціалістів, вимогам часу. Необхідно також переглянути зміст навчальних програм за відповідними напрямками професійної підготовки та привести їх у відповідність до вимог новітніх технологічних процесів.

1. *World Internet Users and 2018 Population Stats.*- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. 2. Ерік Шмідт, Джаред

Лащик І.І., Віблій П.І., Шелест М.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Інвестиції є одним із найважливіших елементів на якому ґрунтується економіка та добробут кожної держави, вони є значним рушієм для розвитку виробництва, підприємництва та бізнесу. Тому соціально-економічний розвиток України суттєво залежить від створення сприятливого інвестиційного клімату. Активізація інвестиційної діяльності може стати визначальним фактором сталого розвитку країни та забезпечити високі та стійкі темпи економічного зростання.

Розвиток інвестиційної діяльності сприяє залученню капіталу як вітчизняних так і іноземних інвесторів, що в свою чергу створює умови для впровадження нових технологій, оновлення зношених основних виробничих фондів, створенню нових робочих місць та інших важливих складових, які призводять до розвитку країн, їх регіонів і галузей.

Україна з посиленням тенденцій до глобалізації стала на шлях інтеграції у світове господарство та прагне створити відкриту економічну систему, яка б підвищила конкурентоспроможності національного виробництва та завоювала довіру на світовому ринку [2].

Нині інвестиційна привабливість України залишається низькою, адже інвестиційний клімат в Україні є досить ризикованим, що спричинено недоліками у прозорості ведення бізнесу, політичній нестабільності.

Значно збільшує ризик інвестування в Україну її політична ситуація, проблемою якої є неефективна модель розвитку, неадекватність управління, нерозвиненість демократичних інститутів, невідповідність професіоналізму влади характеру завдань, що не дозволяє забезпечити надійний соціально-економічний розвиток країни і створити привабливий інвестиційний клімат [3].

О. М. Стефанків та В. І. Данилишин виокремили такі головні причини, які створюють перешкоди для розвитку інвестиційної діяльності в Україні:

- високі ставки мита, непорозуміння при визначенні митної вартості товарів та інших митних бар'єрів;
- відсутність єдиної стратегії та планів щодо заохочення інвестицій;
- політична, законодавча та економічна нестабільність в Україні;
- відсутність певних гарантій захисту для іноземних інвесторів від боржників і недобросовісних партнерів, впевненості у подальшому співробітництві під час економічних змін в законодавстві або під час кризи;
- невисокий рівень розвитку інфраструктури;
- низька продуктивність економіки;
- недосконале законодавство в сфері інвестування, що спричинює цілий ряд проблем для іноземних інвесторів;
- наявність корупції, рейдерства на підприємствах та бюрократизму в державних органах України [1].

Для покращення інвестиційної діяльності в Україні важливе значення відіграє удосконалення правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату. Адже незважаючи на проблеми, які

нині існують у нашій країні, існує знаний перелік переваг для інвестування в Україну іноземних інвесторів, серед яких:

- високий рівень науково-дослідних розробок;
- оплата праці в Україні є набагато нижчою, ніж у високорозвинених країнах;
- швидке зростання українського ринку;
- добре розвинена інфраструктура;
- вигідне географічне розташування;
- значні запаси багатьох видів сировинних ресурсів;
- 60% чорноземів усього світу створюють передумови для агробізнесу;
- український корпоративний податок та податок на прибуток фізичних осіб найнижчі в Європі (з можливістю переходу на єдиний податок);
- законодавство в сфері захисту навколишнього середовища в кілька разів ліберальніше, ніж законодавство високорозвинених країн;
- Україна є учасником Світової організації торгівлі;
- український клімат дуже сприятливий для ведення будь-якого бізнесу (немає торнадо, цунамі, посухи, небезпечних комах, природних катастроф) [1].

Україна залишається привабливою для інвесторів, але для того аби активізувати інвестиційну діяльність потрібно врегулювати питання пов'язані із недоліками у прозорості ведення бізнесу, подолати політичну, законодавчу та економічну нестабільність в Україні.

У 2018 році індекс легкості ведення бізнесу демонструє відносно покращення рейтингу України (рис. 1).

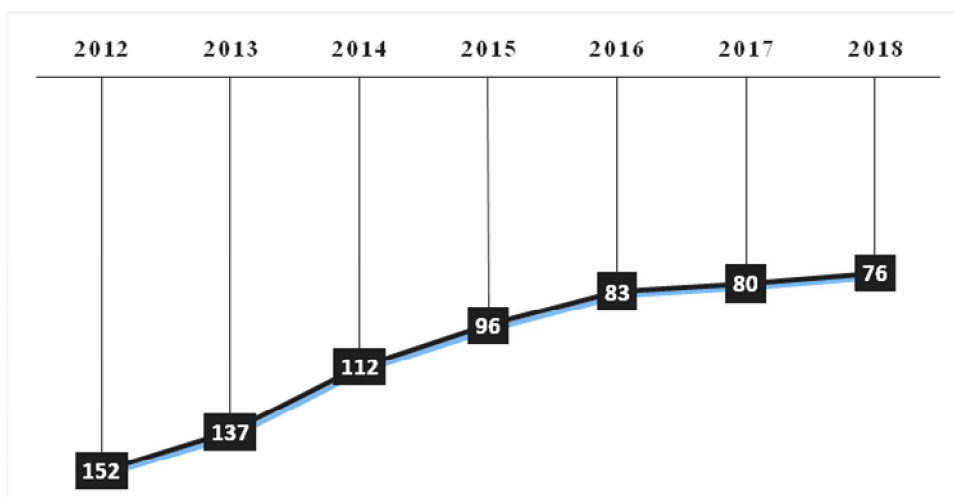


Рис. 1 - Зміни місця України у рейтингах ведення бізнесу за 2012-2018 рр.

Зміни наведені на рис. 1 вказують на покращення умов ведення бізнесу в Україні та можуть сприяти покращенню інвестиційного клімату нашої держави, адже інвестиційна сфера є однією з найчутливіших складових економічного розвитку, яка здатна миттєво реагувати на дію зовнішніх та внутрішніх чинників впливу.

Отже, Україна має всі шанси для того аби створити сприятливий інвестиційний клімат, вона залишається привабливою для інвесторів, але для того аби активізувати інвестиційну діяльність потрібно подолати політичну, законодавчу та економічну нестабільність в Україні. Активізація інвестиційної діяльності може стати визначальним фактором сталого розвитку країни та забезпечити високі та стійкі темпи економічного зростання.

1. Стефанків О. М. Інвестиційна привабливість економіки України [Електронний ресурс] / О. М. Стефанків, В. І. Данилишин // Ефективна економіка. – 2016. – Режим

доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3031>. 2. Дацій Н. В. Глобалізація інвестиційних процесів як унікальна можливість сталого розвитку країни [Електронний ресурс] / Н. В. Дацій // Ефективна економіка. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=177>. 3. Носова О.В. Інвестиційний клімат в Україні: основні напрями поліпшення / О.В.Носова // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 1. – С. 59-65.

Лещух І.В.

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»

ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ ПРОСТОРОВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ БЛИЗЬКОГО ЗАРУБІЖЖЯ

Завдяки комплексній державній підтримці малого та середнього бізнесу, значних успіхів у покращенні середовища здійснення підприємництва досягла Польща. Підприємства, які діють у вільних економічних зонах країни, мають [1]:

1) можливість отримати фінансову допомогу від держави при створенні бізнесу. При цьому, пріоритетним є субсидування таких галузей економіки, як капітальне будівництво, будівництво міської інфраструктури, альтернативна енергетика;

2) доступ до дешевих кредитів. Загалом, найбільш поширеним в Польщі є індивідуальний підхід у кредитуванні бізнесу, коли банки оцінюють галузь діяльності позичальника, саму компанію та розмір її первинного внеску в проект. Таким чином, фінустанови країни можуть надавати позики підприємцям на розвиток бізнесу лише під 5% річних (в деяких європейських країнах процентна ставка може знижуватися і до 3%), а у деяких галузях, наприклад будівельній, – під 3-4%;

3) можливість отримати державну підтримку у вигляді звільнення від сплати податку на прибуток терміном до 31.12.2020 р. та податку на нерухомість терміном до 3 років. Для отримання зазначених пільг інвестор зобов'язаний одержати спеціальний дозвіл, що видає орган управління відповідної ОЕЗ.

Загалом, основним завданням надання державних дотацій в рамках ОЕЗ є забезпечення розвитку економічно відсталих регіонів країни.

Активно розвиваються промислові (індустріальні) парки (зокрема, Floresti, Ungheni, Cainari, Tracom, Cimislia, Bioenergagro, Raut) і в Молдові, де основними аспектами державної підтримки створення і функціонування зазначених інституцій є [2, 3]:

1) компенсація витрат, пов'язаних із вилученням землі з категорії «землі сільськогосподарського призначення» та утворення на цих землях індустріальних парків;

2) надання права приватизації земель суспільного призначення за нормативною ціною, встановленою в період, коли така земля була надана у використання підприємству-адміністратору або орендована резидентом індустріального парку, але лише після гарантування і/або введення в дію будівництва і створення парку за місцем призначення;

3) можливість підприємства-адміністратора застосовувати коефіцієнт зменшення до 0,3 від тарифу, встановленого для щорічної оплати орендного договору за землю суспільного майна;

4) надання фінансової допомоги та податкових пільг відповідно до Податкового кодексу Молдови. Зокрема, це: можливість визначення податку на прибуток, отриманого від експорту товарів та послуг з промислових парків в розмірі 50% від квоти, встановленої в країні; звільнення від сплати акцизного податку на підакцизні

товари, що куплені та експортовані за межі Молдови; звільнення від ПДВ та акцизного податку на товари, що були поставлені до промислового парку та розповсюджені між резидентами.

На території Молдови функціонує низка вільних економічних зон (ВЕЗ), зокрема: Expo-Business Chisinau, UngheniBusiness, Balti, Tvardita, Otaci-Business, Valkanes, Taraclia та ін. Учасникам зазначених зон урядом надаються пільги для зниження експлуатаційних витрат на інфраструктуру підприємств, зокрема: а) звільнення від ПДВ, митних зборів та акцизного податку на товари, що ввозять і повторно експортують; б) звільнення від корпоративного податку; в) 10-річний захист від несприятливих змін у законодавстві [2].

Державні преференції передбачені законодавством і для резидентів індустріальних парків Республіки Білорусь. Зокрема, це [4, 2]:

- пільгове оподаткування за формулою «10+10», що передбачає звільнення від всіх корпоративних податків на 10 років з моменту реєстрації резидента парку та зниження чинних податків на 50% на наступні 10 років діяльності в індустріальному парку;

- застосування митного режиму вільної митної зони, що дає право не сплачувати митні платежі на ввезення товарів за умови їх подальшої переробки та експорту за межі країн Митного Союзу;

- зниження ставки індивідуального податку на прибуток до 9% для працівників індустріального парку (за умови, що розмір такого податку на всій території Білорусі становить 34%);

- резиденти парку, а також їх працівники з іноземних країн звільняються від сплати обов'язкових страхових внесків із фонду заробітної плати;

- вирахування в повному обсязі ПДВ, сплаченого при придбанні товарів (робіт, послуг), що використані для проектування, будівництва та оснащення будівель парку;

- звільнення від податку на отримання прибутку від дивідендів, нарахованих засновникам;

- дозвіл на використання іноземної валюти, цінних паперів та (чи) інших платіжних документів в іноземній валюті при здійсненні розрахунків між резидентами індустріального парку та резидентами Республіки за валютними операціями, спрямованими на проектування та будівництво об'єктів парку;

- звільнення від компенсування втрат сільськогосподарського чи лісового виробництва на тих територіях, на яких здійснено будівництво індустріального парку;

- звільнення від компенсації знищення насаджень рослин та інші преференції.

При цьому, встановлення нових податків та зборів на території Білорусі на резидентів індустріальних парків не розповсюджуються.

Державне сприяння надходженню інвестицій в індустріальні Румунії реалізовується два напрями [5]: 1) звільнення від місцевих податків. Компанії, які здійснюють бізнес на території парків, можуть отримати до 200 тис євро державної допомоги протягом трьох наступних фінансових років. При цьому, максимальний бюджет зазначеного напрямку державного сприяння – 2,5 млн дол. США на рік; 2) надання регіональної державної допомоги для підтримки впровадження початкових інвестицій в індустріальному парку шляхом звільнення від місцевих податків: компанії можуть отримати понад 50% витрат за проектом. При цьому, максимальний бюджет зазначеного напрямку державного сприяння – 4,65 млн дол. США на рік.

1. *Справочник инвестора: Польша. Правила бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.paiz.gov.pl/index/?id=598b3e71ec378bd83e0a727608b5db>.* 2. *Вакуленко В.Л. Пільгове оподаткування як засіб активізації залучення іноземних інвестицій (зарубіжний досвід) [Електронний ресурс] / В.Л. Вакуленко. – Режим доступу:*

http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_10/50.pdf. 3. *О промышленных парках: Закон Республики Молдова от 15 июля 2010 года №182 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=31903*. 4. *Литкова Н. Налоговые льготы в Республике Беларусь, в частности по НДС [Электронный ресурс] / Н. Литкова. – Режим доступа : <http://www.gb.by/aktual/nalogooblozhenie/nalogovye-lgoty>*. 5. *State Aid for investments in industrial park [On-line resource]: – Access mode: <http://www.kpmg.com/RO/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Newsflashes/Tax/Direct-Tax-ewsflash/Documents/TNF-301-EN-RO.pdf>*.

Литвин І.В.

Національний університет "Львівська політехніка"

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОНОМНИХ ІННОВАЦІЙ УКРАЇНСЬКИМИ СТАРТАПАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Глобальне зниження купівельної спроможності населення, що належить до середнього класу, привертає більше уваги споживачів до важливого питання вибору товарів за співвідношенням «ціна-якість». При цьому, якісний товар не обов'язково має бути дорогим, але має виконувати свої функції і мати мінімально необхідний та важливий для споживача набір функцій і характеристик. Сучасні традиційні моделі впровадження інновацій, яких дотримуються мультинаціональні корпорації, навпаки пропонують перенасичені інноваційні продукти та технології з досить часто непотрібними для споживача додатковими функціями, які вимагають величезних затрат ресурсів. Завдяки активному агресивному маркетингу ТНК збувають інноваційну продукцію споживачам, що змушені переплачувати за додаткові дорого вартісні функціональні характеристики. Підвищення екологічної грамотності населення, посилення глобальних екологічних проблем, змушують компанії застосовувати ідеї та принципи соціально відповідального екологічного бізнесу. При цьому, активними просвітниками таких ідей та принципів сталого розвитку стають молоді інноваційно-технологічні організації, якими є стартапи. Саме ці гнучкі та прогресивні як в плані інноваційно-технологічного, так і соціально-відповідального, екологічного напрямків розвитку, компанії є генераторами перетворень застарілих R&D-моделей розроблення інновацій. Більшість стартап-компаній зі своїми інноваційними товарами та методами їх впровадження вже випереджають гігантів бізнесу – ТНК, та складають останнім істотну конкуренцію за споживачів. ТНК зі своїми занадто негнучкими структурами та моделями впровадження інновацій не встигають за все більше зростаючими потребами споживачів у індивідуалізації та диференціації. Більшість конкурентоспроможних стартап-компаній досягли успіху на ринку завдяки впровадженню економних інновацій. Статус глобальних стартапи отримують в тому числі завдяки дотриманню концепції сталого розвитку, що дозволяє їх клієнтам поєднувати одночасно споживання порівняно недорогих, але досить прогресивних інноваційних технологій, які, крім цього, дозволяють підкреслювати свою індивідуальність та задовольняти конкретні практичні потреби.

Дослідимо як українські стартапи дотримуються принципів сталого розвитку та впроваджують економні інновації. Виділяють 6 принципів сталого розвитку, що застосовуються для впровадження економних інновацій [1].

Перший принцип передбачає удосконалення продукції (товарів, послуг), приділяючи велику увагу потребам споживачів. Він проявляється через: впровадження «необхідних» споживачу інновацій шляхом залучення його до процесів розроблення інновацій; створення більшої цінності для споживачів шляхом використання меншої кількості ресурсів; забезпечення економії часу та інших ресурсів споживачами;

пропозицію дешевих, але ефективних шляхів вирішення поточних проблем клієнтів. На практиці активно застосовують принцип економних інновацій такі українські стартапи: Zakaz.ua – сервіс доставки продуктів харчування; онлайн маркет-плейси: Prom.ua, Rozetka.ua; Sixa - сервіс для створення віртуального комп'ютера в «хмарі»; TripMyDream та EasyWay - туристичні сервіси; CLAP - система смарт-будинку.

Другий принцип сталого розвитку передбачає формування гнучких активів і застосовується шляхом: забезпечення ощадливого економного виробництва та просування товарів чи послуг (нові технології виготовлення, нові матеріали, нові ринкові технології постачання та збуту); простоти та гнучкості організаційних структур управління компаніями; забезпечення масової індивідуалізації у виробництві продукції – креативне створення персоналізованих товарів та послуг; діджиталізації процесів та активів. Відомими українськими стартапами, що дотримуються цього принципу, є: Attendify – мобільна платформа для створення брендів соціальних програм для конференцій; Grammarly – сервіс перевірки правопису; Preply – сервіс пошуку репетиторів; Jooble – сервіс пошуку роботи; Viewdle – сервіс розпізнавання обличчя; Taplend – програма для миттєвих мікропозик; TripMyDream та EasyWay.

Третій принцип розроблення економних інновацій звучить як «Створення стійких рішень» і передбачає: дотримання екологічних процесів виробництва продукції, можливості повторного використання або багаторазової переробки у межах кругової економіки; спільне використання ресурсів багатьма споживачами; впровадження економного мислення на всіх етапах розробки та проектування продуктів; подовження термінів використання товарів; застосування біомімікрії для технологічного вирішення проблеми проектування ефективних продуктів; створення багатоцільових продуктів, в тому числі завдяки оцифруванню функцій товарів. Серед вітчизняних стартапів, що дотримуються цього принципу, можна назвати компанії, що пропонують безкоштовні он-лайн курси або програмне забезпечення, серед них Prometheus, TripMyDream та EasyWay. Серед відомих глобальних стартапів, що застосовують третій принцип інновацій, належать: BlaBlaCar, Airbnb, EasyCar, Coursera та інші.

Дотримання четвертого принципу сталого розвитку вимагає формування економної поведінки споживачів, виховання споживачів-інноваторів; застосування соціальних медіа для пропагування змін їх фінансової поведінки; екологізації споживання. До українських стартапів, що стимулюють зміни у поведінці споживачів в умовах глобалізації, належать компанія Ecoisme – пристрої для побудови розумного будинку та зниження енергоспоживання; DroneUA – безпілотні системи в аграрному секторі, що дозволяють економити природні ресурси; Kardio – пристрої контролю стану здоров'я, та інші компанії, що пропонують онлайн-курси для самонавчання та саморозвитку клієнтів.

П'ятий принцип економних інновацій передбачає створення відкритих інновацій спільно із споживачами: залучення технологічно просунутих споживачів-інноваторів до розроблення нових ідей товарів, їх створення та продажу; формування платформ для спільного використання знань і навичок, збору фінансових ресурсів без посередників. Серед стартапів, що дотримуються даного принципу: Smart Atoms – розумний годинник; Hideez – розумний брелок-ключ і браслет; LifeTracker – сервіс підвищення продуктивності, штучний інтелект; Senstone – конвертер звукових повідомлень у текст; Kodisoft – інтерактивні столи у закладах харчування; eTachki – сервіс продажу старих автомобілів.

І нарешті, шостий принцип окреслює потребу співпрацювати з інноваційними партнерами-контрагентами. Для цього компанії займаються формуванням гнучких R&D-моделей для створення економних інновацій через різні види зовнішнього партнерства: науково-технологічні та стратегічні альянси, глобальні віртуальні мережі зовнішніх консультантів – екосистеми, майданчики для творчості, майстерні та

мікрозаводи. За цим принципом стартапи розподіляють активи та ресурси з іншими організаціями, що дозволяє економити, спільно використовуючи ресурсні відходи.

Успіх українських стартапів на світовому ринку інновацій дозволяє зробити висновок, що вітчизняні інноваційні технології розробляються відповідно до нових глобальних принципів та тенденцій сталого розвитку. Українські стартапи йдуть в ногу з часом, або істотно випереджають його, пропонуючи дійсно економічні інновації, що є передумовою отримання ними довгострокових конкурентних переваг на глобальному ринку інноваційних технологій.

1. Наві Раджу, Джайдін Прабху (2015). Економічні інновації: як створити більше з меншими ресурсами. К: K.Fund.

Лісовська Л.С., Здоровега М.В., Гноп А.Я.
Національний університет "Львівська політехніка"

СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ: ЗАКОНОДАВЧИЙ АСПЕКТ

Обов'язковою умовою ефективного функціонування національної інноваційної системи є високий стан розвитку її підсистеми «Інноваційна інфраструктура».

Інноваційна інфраструктура - сукупність осіб публічного і приватного права та договірних об'єднань, які надають послуги суб'єктам господарювання, що спрямовані на підтримку та забезпечення їх інноваційної діяльності [1]. На рис.1 подано перелік суб'єктів інноваційної інфраструктури, які можуть функціонувати у різних організаційних формах.



Рис.1 Суб'єкти інноваційної інфраструктури

Головною метою інноваційної інфраструктури є сприяння перетворенню новацій на інновації, а також забезпечення ефективного управління інноваційним циклом «наука — техніка — виробництво». Окрім того, інноваційна інфраструктура сприяє дифузії інновацій у всі сфери економіки.

Для виконання зазначеної мети організаційні форми інноваційної інфраструктури можуть здійснювати певний перелік напрямів діяльності, які подано на рис.2.



Рис.2 Напрями діяльності суб'єктів інноваційної інфраструктури

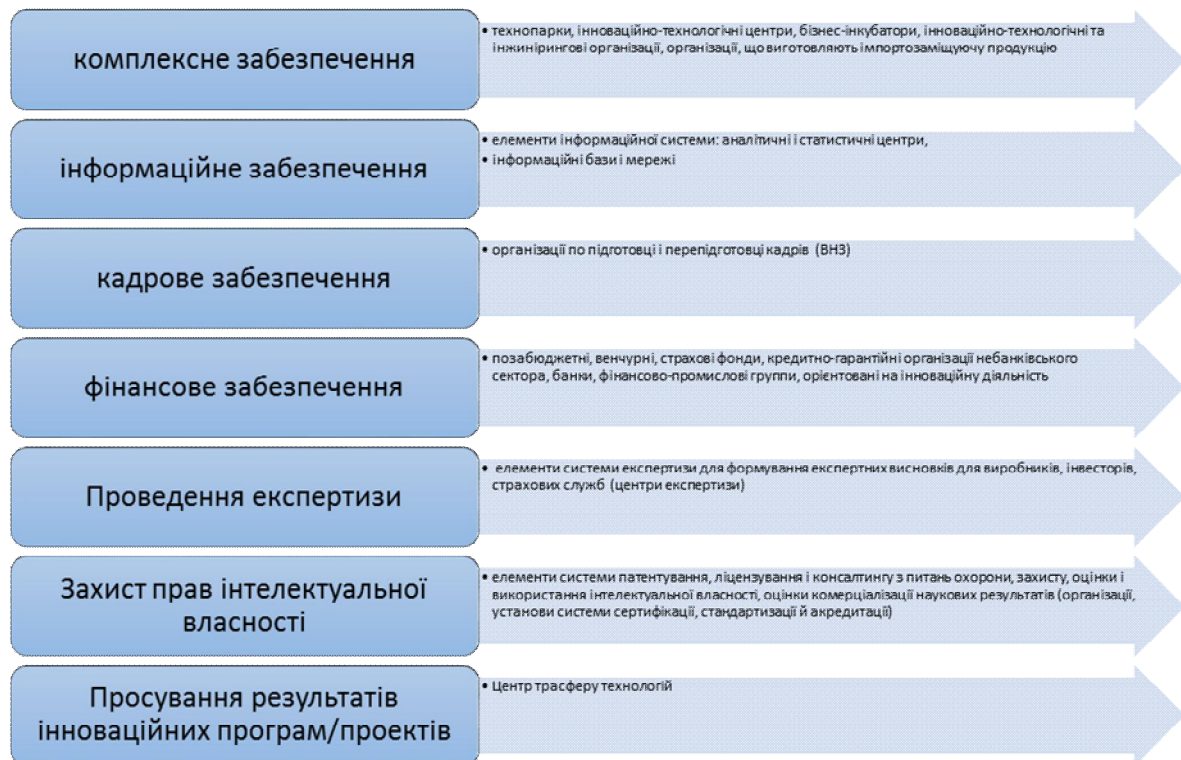


Рис.3 Групування суб'єктів інноваційної інфраструктури за виконуваними функціями

Кожна з перерахованих організаційних форм інфраструктури виконує свої функції на ринку інновацій, свої етапи та роботи інноваційного циклу. На рис.3 представлено групування суб'єктів за виконуваними функціями у інноваційній інфраструктурі.

Потрібно окремо наголосити на запровадженні у законодавстві України нової форми та складової інноваційної інфраструктури – індустріальних парках.

З початку 2013 року в Україні одержали розвиток ще одна форма наукових парків під назвою індустріальний парк. Відповідно до Закону України “Про індустріальні парки” індустріальний парк (ІП) - це облаштована відповідною інфраструктурою територія, у межах якої учасники ІП можуть здійснювати: господарську діяльність у сфері переробної промисловості; науково-дослідну діяльність; діяльність у сфері інформації і телекомунікацій [2].

З 2013 року відповідно до Закону України “Про індустріальні парки” ініційовано створення 30 індустріальних парків, з яких 28 – включено до Реєстру індустріальних парків. Станом на 25.10.2017 в Україні також функціонує 7 приватних індустріальних парків, які не включені до Реєстру індустріальних парків. Для порівняння, в Туреччині діють більше 264 індустріальних парків, в Чехії – більше 100, у Китаї – 54 великі індустріальні зони, в Угорщині – понад 200 індустріальних парків [3].

Станом на 26.02.2018 до Реєстру індустріальних (промислових) парків вже включено 29 індустріальних парків (у 2017 році – 13 індустріальних парків).

У 15 індустріальних парках визначено керуючі компанії.

Крім того, в Україні функціонують індустріальні парки, які були створені ще до формування законодавчої бази щодо їх підтримки.

(У Білій Церкві на базі авіаремонтного заводу – 2000 рік, у смт Малинівка компанії "Олімп" – 2002 рік, "Патріот" у Сумах на базі камвольно-прядильної фабрики – 2008 рік, "Чексіл" у Чернігові на базі камвольно-прядильної фабрики – 2010 рік, У Запоріжжі компанії "Запоріжжкран" – 2011 рік)

Охарактеризовані форми інноваційної діяльності здійснюють свою діяльність навколо нової ідеї, носіями якої є малі інноваційні фірми. Малі інноваційні підприємства – важливий компонент національної інноваційної системи, оскільки вони слугують ланками зв'язку між наукою та практичним застосуванням її результатів.

Усі малі підприємства, що діють в інноваційній сфері розподіляються на дві групи:

- а) підприємства, створені при материнських НДІ чи ВНЗ;
- б) самостійні структури.

Перші – це спін-оф компанії. Спін-оф компанія може бути створена науковою установою (вищим навчальним закладом) або отримати ліцензію на використання технологій чи об'єктів права інтелектуальної власності, розроблених науковою установою (вищим навчальним закладом). Суб'єкт господарювання одержує такий статус впродовж двох календарних років з моменту його державної реєстрації.

. Перевагами функціонування таких малих інноваційних підприємств є:

- можливість відносити на більш пізні терміни платежі за оренду та комунальні послуги;
- використовувати вже напрацьовані колишні зв'язки інститутів з партнерами та замовниками, їх науковий потенціал, бренди, дослідно-конструкторську базу;
- отримувати через материнську організацію частину держзамовлення.

Друга група малих інноваційних підприємств - це стартап компанії, під якою розуміють суб'єкта інноваційної діяльності впродовж двох календарних років з моменту його державної реєстрації як суб'єкта господарювання у порядку, встановленому законодавством [1].

Стартап компанії виникають завдяки тому, що змогли знайти свою „нішу” на ринку науково-технічної продукції. Засновниками таких малих інноваційних підприємств можуть бути носії нових ідей: співробітники НДІ (академічного чи галузевого); співробітники кафедри вузу, на базі НДІ ВНЗ; співробітники дослідно-конструкторського бюро при заводі; співробітники заводу; співробітники різних організацій; інженер на основі свого винаходу; науковий співробітник; співробітники

НДІ НАН України; співробітники лабораторії галузевого НДІ; альянс вчених та бізнесменів; альянс вітчизняних та зарубіжних вчених.

1. *Проект Закону України «Про підтримку та розвиток інноваційної діяльності»*//Електронний ресурс- Режим доступу: <http://ndipzir.org.ua/archives/4015>.
2. *Індустріальні парки в Україні.*[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=6463d3ba-aa13-4e54-8db9-0f36642c43d9&tag=IndustrialniParkiVUkraini&isSpecial=true>
3. *Індустріальні парки та розвиток інноваційної діяльності в Україні.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/olja/Downloads/frvu_2015_4_18%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/olja/Downloads/frvu_2015_4_18%20(1).pdf)

Лісовська Л.С., Терехух А.А., Костюк І.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ДО ПРОБЛЕМ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ РОБІТ

У результаті проведення наукових досліджень суб'єкти інноваційного процесу одержують науковий результат - нове наукове знання, одержане в процесі фундаментальних або прикладних наукових досліджень та зафіксоване на носіях інформації (звіт, наукова стаття, доповідь, відкриття, нормативний документ тощо). У результаті проведення прикладних наукових досліджень одержують науково-технічний (прикладний) результат, тобто нові або істотно вдосконалені матеріали, продукти, процеси, пристрої, технології, системи, нові або істотно вдосконалені послуги, введені в дію нові конструктивні чи технологічні рішення, завершені випробування, розробки, що впроваджені або можуть бути впроваджені в суспільну практику [1].

Науково-технічний (прикладний) результат повинен мати наукову та практичну цінність, суспільну та економічну корисність [2].

Оцінювання розробок проводиться на основі аналізу і зіставлення показників, що характеризують [3]:

- науковий рівень розробки;
- економічне, соціальне та екологічне значення розробки;
- можливі шляхи комерціалізації та її економічну доцільність.

Перераховані показники можуть стати основою для формування корисності наукових розробок та обґрунтування налагодження партнерства виконавців наукових робіт.

Науковий результат оцінюють методами технологічного аудиту за показниками науково-технічного рівня розробки. Оцінка науково-технічного рівня розробки здійснюється на основі критеріїв, що відображують новизну, значимість для практики, якість, відповідність стандартам [3].

Для обґрунтування критеріїв ефективності результатів наукових досліджень використовують різні підходи як у статистиці, так і у наукових організаціях безпосередньо.

Студенти технічних спеціальностей Львівської політехніки виконують дипломні роботи науково-дослідного характеру.

До таких дипломних робіт належать:

- 1) Фундаментальні, котрі виконуються з метою розширення наукових знань, виявлення, вивчення та систематизації закономірностей природних явищ безвідносно до

їх практичного застосування та з імовірністю отримання як позитивних, так і негативних результатів;

2) Пошукові, які спрямовані на аналіз результатів фундаментальних досліджень з метою встановлення можливості та доцільності, а також шляхів використання виявлених закономірностей в конкретній області науки і техніки для створення принципово нових виробів, матеріалів, предметів споживання, технологій і т.п.;

3) Прикладні, спрямовані на отримання конкретних результатів, які використовуються в дослідно-конструкторських розробках, проектуванні чи безпосередньо в практичній діяльності підприємств та організацій при створенні нових видів техніки, технологій тощо.

Студенти в процесі дипломного проектування виконують економічний розділ. Метою економічного розділу є оцінка науково-технічної ефективності науково-дослідних робіт (НДР), визначення трудомісткості, термінів виконання досліджень з врахуванням затрат трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, а загалом оцінка собівартості розробки за темою дипломної роботи.

Важливим підсумковим завданням економічного розділу є оцінювання рівня наукового та науково-технічного ефектів.

Науковий ефект характеризує отримання нових знань та відображає приріст інформації, призначеної для внутрішнього застосування. Науково-технічний ефект характеризує можливість використання результатів виконуваних досліджень у інших НДР чи дослідно-конструкторських робіт (ДКР) і забезпечує отримання інформації, необхідної для створення нової техніки.

Оцінка наукового та науково-технічного ефектів для НДР проводиться за допомогою коефіцієнтів, які обчислюються за формулами:

$$k_{н.р.} = \sum_{i=1}^n k_{зн.,i} k_{д.,i}$$
$$k_{н.т.р.} = \sum_{i=1}^m k_{зн.,i} k_{д.,i}$$

Ступінь відповідності критеріям визначають через значення якісних показників, які можуть бути виражені кількісно з використанням умовних одиниць (балів, коефіцієнтів та ін.). Перелік застосовуваних показників визначається з урахуванням галузі науки (природничі, технічні, суспільні).

При оцінці наукового та науково-технічного ефектів використовуються різні фактори, які впливають на її кількісну оцінку. В якості факторів при оцінці наукового ефекту можуть бути прийняті наступні: новизна отриманих чи прогнозованих результатів; глибина наукового опрацювання; ступінь вірогідності успіху (при незавершеності роботи).

В якості факторів при оцінці науково-технічного ефекту можуть застосовуватися: перспективність використання результатів; масштаб можливої реалізації результатів; завершеність отриманих результатів. По кожному із факторів експертним шляхом встановлюється числове значення коефіцієнта значимості. При цьому, сума цих коефіцієнтів повинна бути рівною 1. Коефіцієнт досягнутого рівня фактору також встановлюється експертним шляхом, а його числове значення визначається з урахуванням якості ознаки фактору і його характеристики. При цьому його значення не перевищує 1.

Максимально можливе значення коефіцієнтів наукового та науково-технічного ефектів рівне 1. Чим ближчі їх значення до 1-ї, тим більша результативність НДР, яка проводиться. У результаті дипломного проектування студенти окремо визначають

кошторис на виконання НДР, обґрунтовують ціну продажу (комерціалізації) результату НДР та очікуваний прибуток.

Такий підхід ми вважаємо обмеженим, оскільки його необхідно доповнити показниками економічного аудиту через використання показників комерційної ефективності використання розробок. Такими показниками є показники інвестиційної привабливості (ефективність вкладених інвестицій і період їх окупності). Це дозволить визначити прогнозовану корисність результату НДР для суб'єкта придбання.

Рівень корисності наукового результату визначає рівень корисності інноваційної продукції, залежить від форми володіння та умовами використання інновації. Корисність інновацій може бути оцінена відповідно до вимог, які актуалізуються внутрішнім та зовнішнім середовищем споживання інноваційної продукції, а її забезпечення відбуватися під впливом сукупності факторів, серед яких слід назвати: рівень розвитку ринку об'єктів інтелектуальної власності; розвинутість інфраструктури споживання інноваційної продукції; ефективність матеріально-технічного забезпечення та інформаційної системи; темпи або очікування темпів інноваційного розвитку у галузі.

1. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 3, ст.25): Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. 2. Положення про організацію наукової, науково-технічної діяльності у вищих навчальних закладах III та IV рівнів акредитації. - Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1197-06. 3.

1. Наказ Державного комітету України з питань науки, інновацій та Інформатизації / № 18 Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених в результаті науково-технічної діяльності від 13. 09.2010 р.

Любомудрова Н.П., Соболев І.Б.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЕКОСИСТЕМА В ІННОВАЦІЙНІЙ ТЕОРІЇ ТА ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ

Інноваційна теорія пройшла тривалий еволюційний шлях свого становлення, відображаючи динаміку ідей, наукових знань про інноваційний розвиток економіки, процесів, підходів до розуміння інноваційності як неминучого явища. Результатом акумулювання теоретичних знань і практичної реальності стала поява екосистеми як категорії еволюційної теорії розвитку, що бере свій початок із класичної теорії розвитку, продовжується в теорії інноваційного розвитку Й. Шумпетера, неокласичних теоріях нововведень і продовжує розвиватися в сучасних концепціях інноваційного розвитку, пов'язаних із переходом до п'ятого технологічного укладу і визнання ролі соціально-психологічних чинників розвитку. Парадигма інноваційної екосистеми постала на стику багатьох суміжних наук (фізики, біології, філософії, економіки, екології) і реалізувалася американським вченим Чарльзом Весснером у 2005р. як практичний інструмент, що приводить до синергетичного ефекту від комерціалізації інновацій.

Теоретичний ракурс даної проблематики підкреслює, що інноваційна екосистема, як категорія, не має однозначного трактування, як, зрештою, і категорія «інновація», що засвідчує про її багатогранність. У сутнісне розуміння вкладають або норми і правила, виділяючи інституційну складову, або середовище, покликане забезпечити добрі умови для інноваційності, або взаємодію економічних та інших агентів на основі спільних цінностей.

Основну причину строкатих підходів до визначення і сприйняття інноваційної екосистеми науковці вбачають у сучасній інтерактивній моделі інноваційного процесу,

«що започатковується на принципах мережевого механізму та мережевої організації науково-технологічної та інноваційної діяльності» [3, с.25]. Мережева взаємодія стала наслідком активізації співпраці інноваційних підприємств із іншими суб'єктами, обміну творчими ідеями, маркетинговими технологіями в просуванні інновацій на ринку, тобто появилася практика «відкритих інновацій».

Більшість науковців схиляються до думки, що «інноваційна екосистема – це синергія держави, підприємницького та дослідницького середовища з використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів і запровадження механізму передачі знань з метою трансформації в інноваційні продукти. Суб'єктами інноваційної екосистеми є всі учасники, що беруть участь у процесі створення інновацій (студенти, університети, підприємці, професіонали, приватні інвестори, організації, наукові центри, інвестори, фонди, компанії)» [2,с.258]. Таким чином, екосистема охоплює широку мережу відповідних інституцій, які взаємодіють в економічній системі. Ця взаємодія може мати як формальний, так і неформальний характер горизонтально та вертикально розгалужених структур, що підтверджує форму мережевого співтовариства. Взаємодія учасників інноваційного середовища повинна відбуватися на принципах взаємовигідної співпраці, єдності цілей, інтересів і завдань, гнучкості й адаптивності до ринкових коливань і викликів глобалізованих тенденцій, колективної участі у створенні й реалізації інноваційного продукту, прозорості прийняття рішень і можливості розвитку.

Отже, покращення взаємодії між усіма суб'єктами інноваційного циклу та партнерами є важливим призначенням екосистеми і досягається завдяки формуванню сприятливого середовища для реалізації інновацій. Ця взаємодія вимагає встановлення і дотримання інституційних норм, правил поведінки і, відповідно, взаємної відповідальності. Свою місію екосистема реалізовує шляхом виконання основних завдань, зокрема: інтегрування зусиль, спрямованих на підвищення ефективності інноваційної діяльності; обмін знаннями, ресурсними потоками; зниження ризику виходу на ринок комерційно невдалих інноваційних проектів; реалізація і самореалізація учасників екосистеми на всіх рівнях; стимулювання системного генерування нових ідей, що приводить до створення нових стартапів; розширення можливостей і альтернативних джерел інвестування тощо.

Інноваційна екосистема, як і будь-яка природна система, наділена властивостями стійкості, адаптивності, коеволюції, саморегуляції, емерджентності, завдяки яким досягається її оновлення та розвиток.

В умовах вітчизняної економіки інноваційна екосистема перебуває в стадії становлення, незважаючи на наявність значної кількості технопарків, інноваційних центрів, бізнес-інкубаторів, венчурних фондів, стартапів. Підвищення ефективності функціонування інноваційної екосистеми уможлиблюється завдяки успішному вирішенню проблем, до яких, зазвичай, відносять:

- відсутність ефективної державної стратегії інноваційного розвитку із чітким виділенням глобальних пріоритетів, домінуючих високотехнологічних галузей;
- відсутність довіри у взаємовідносинах між учасниками і партнерами інноваційної екосистеми;
- незадовільна система нормативно-правового регулювання й законодавчого забезпечення функціонування екосистеми;
- відсутність вітчизняного досвіду і належної культури запозичення кращих світових стандартів у цій сфері;
- слабка ініціатива держави у стимулюванні розвитку інноваційної екосистеми, інноваційної інфраструктури, сприятливого інноваційного клімату;
- недосконалість законодавства у сфері економічної безпеки, захисту прав інтелектуальної власності, інформаційних комунікацій.

Ці та інші проблеми є наслідком як загальної неякісної економічної, соціальної політики держави, так і слабого менеджменту в сфері інноваційної діяльності. Тому створення ефективної інноваційної екосистеми вимагає попереднього оцінювання її стану в сучасних умовах, виявлення слабких сторін, перегляд взаємовідносин між суб'єктами інноваційного процесу, пошук мотиваційних точок дотику для налагодження партнерських, а не конкурентних відносин, встановлення інституційних норм і правил економічно вигідних для усіх учасників, максимальне залучення інформаційних ресурсів та інтелектуального потенціалу кожного.

1. Котко О.К. *Інноваційна екосистема як нова парадигма інноваційного розвитку економіки* / О.К.Котко // *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*, – 2016. – Т.21. Вип.7 (1), – С.52-56. 2. Лановська І.І. *Інноваційна екосистема: сутність та принципи* / І.І. Лановська // *Економіка і суспільство*. – Випуск 11, 2017. – С.257-261. 3. Федулова Л.І. *Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування* / Л.І.Федулова, О.С.Марченко // *Економічна теорія та право*. № 2 (21).– 2015.– С.21.

Матвій І.Є., Новаківський Р.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ОЦІНЮВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ

Сьогодні гроші є особливим фінансовим активом, без якого важко уявити нормальне функціонування сучасної економіки. Загалом вони виконують такі основні функції як: вимірник вартості, засіб обігу і нагромадження, спосіб платежу. Традиційно під ними підрозумівали паперові (металеві) засоби платежів. Проте тільки долар США, євро, швейцарський франк, фунт стерлінгів, японська єна, канадський долар, австралійський долар, а в останній час і китайський юань мають повну конвертованість і найбільш часто використовуються у міжнародних розрахунках. У другій половині ХХ ст. з'явилися електронні гроші, які набули популярності за рахунок швидкості і мобільності їх використання. Проте через жорстку привязаність до банків, а отже до фінансових державних інституцій, які контролювали будь-які переміщення фінансових коштів, почали виникати нові фінансові технології. Щоб максимально мінімізувати вплив установ держав-гарантів з'явилася криптовалюта (від англ. cryptocurrency), як вид цифрової валюти, емісія та облік якої засновані на асиметричному шифруванні і застосуванні різних криптографічних методів захисту, таких як Proof-of-work або Proof-of-stake. Найпопулярнішими видами криптовалюти на даний час є Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Ripple, Dash. Їх популярність зумовлена високим рівнем захисту і вільним обігом через Інтернет. Цю властивість забезпечує технологія блокчейн. Її суть полягає у використанні цифрових підписів та криптографічному хешуванні для забезпечення безпечних транзакцій. Вона усуває необхідність централізації управління фінансовою системою через довірену третю сторону. Це дає змогу безпечно здійснювати прямі транзакції. В цілому технологія блокчейн володіє трьома степенями безпеки: незмінність (не можна внести зміни в дані), прозорість (всі учасники можуть бачити, що відбувається) і автономність (самоврядування). До позитивних властивостей крипто валюти можна віднести: повну анонімність; відсутність комісії при переказі; міжнародний обіг і децентралізовану систему (тобто, незалежність від уряду конкретної країни і необхідності підкріплення чим-небудь, що позбавляє від низки ризиків, наприклад банального блокування рахунку за політичними або іншими

мотивами). В певній мірі криптовалюти як системи з децентралізованою емісією і процесингом (Bitcoin, Ethereum тощо), а також визначеними правилами за своїми характеристиками більше схожі на коштовні метали.

Проте і криптовалюта залежить від міжнародних чинників, які здатні внести збурення в їх ринкову природу. Наприклад, на для Bitcoin характеризувався ціновою нестабільністю (зростанням вартості від 1 дол. до десятків тисяч, а також коливанням вартості у першій половині 2018 р. у тисячі дол.). Також слід привести дії регуляторів фінансових ринків (наприклад, американського і китайського) щодо ринків криптовалют і ICO. Розуміючи, що в дані ринки втягується все більше роздрібних споживачів, держоргани прагнуть відрегулювати дії учасників ринку і створити єдині стандарти роботи, щоб обмежити ризики для населення. Крім того, криптовалюти Bitcoin як будь-якій Інтернет-технології притаманні чинники втручання хакерів, проблематичність конвертації в матеріальні блага, недовіра потенційних користувачів.

Загалом на основі технології блокчейн у міжнародному масштабі протестовано нові можливості вільних фінансових розрахунків за підтримки сукупності незалежних від зовнішнього тиску гарантів коректності операцій. Перевагами технології блокчейн є її анонімність, відсутності прямого впливу з боку сторонніх організацій, відсутність національних кордонів через інтегрування Інтернет-технологій.

Мірошник Р.О., Дроботій О.А.

Національний університет «Львівська політехніка»

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з причин виникнення кризової ситуації на багатьох українських підприємствах є низький рівень менеджменту. Некваліфіковані та помилкові дії керівництва привели велику кількість суб'єктів господарювання на межу банкрутства. Істотним фактором, який зумовлює прийняття неправильних управлінських рішень, є відсутність ефективної системи контролінгу.

Контролінг – це спеціальна саморегульована система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг. Фінансовий контролінг являє собою функціональний блок фінансового менеджменту, організований у формі спеціальної саморегульованої системи методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку фінансового менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг.

Обсяг реалізованих в організаціях функцій контролінгу залежить, в основному, від таких факторів: економічного стану підприємства; розуміння керівництвом та/або власниками підприємства важливості і корисності впровадження функцій контролінгу; розміру підприємства (чисельність зайнятих, обсяг виробництва); рівня диверсифікації виробництва, номенклатури продукції; сформованого рівня конкуренції; кваліфікації управлінського персоналу; кваліфікації співробітників служби контролінгу [2, с. 23].

Перевагою контролінгу є те, що контролінг може виступати однією зі складових антикризового управління підприємством. Особливо це актуально в наш час, коли в умовах нестабільності національної економіки все більша кількість вітчизняних підприємств зіштовхується з проблемами, які є наслідками різного роду кризових явищ. Контролінг антикризового управління трактується як система методів та інструментів забезпечення підтримки прийняття управлінських рішень,

планування і контролю за нестабільних умов діяльності підприємства в ході виконання службами контролінгу своїх функцій [3].

В управлінні підприємством фінансовий контролінг виступає інтегруючою і координуючою підсистемою управління, забезпечуючи інструментальну і методичну базу підтримки ухвалення управлінських рішень. Фінансовий контролінг можна розглядати у широкому розумінні як систему управління досягненням кінцевих результатів діяльності підприємства, а у вузькому – як систему управління прибутком підприємства. Таким чином, сьогодні в умовах жорсткої конкуренції фінансовий контролінг відіграє важливу роль в ефективному функціонуванні підприємства. Будучи однією з найсучасніших і дієвих систем управління підприємством, фінансовий контролінг надає належну інформаційно-аналітичну підтримку для прийняття управлінських рішень шляхом збору, обробки та аналізу інформації, запобігає виникненню кризових ситуацій на підприємстві, допомагає чітко формулювати пропозиції для керівництва щодо вирішення існуючих проблем.

1. Кравчук О. М., Лещук В. П. *Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва: Навч. посіб.* — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 504 с. 2. Птащенко Л. О. *Фінансовий контролінг [текст] навч. посіб.* / Л. О. Птащенко, В. В. Сержанов.— К. : «Центр учбової літератури», 2016. — 344 с. 3. Петренко С.М. *Контролінг в управлінні підприємством / Торгівля і ринок України. Тематичний зб. наук.пр. з проблем торгівлі і громадського харчування Донецьк: ТОВ —Лебідь, 2008. — С. 112-116.*

Мірошник Р.О., Щира В.М.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Сучасний суспільно-політичний розвиток України, складна екологічна ситуація та тенденції в її змінах, обумовлюють необхідність пошуку ефективних шляхів подальшого розвитку. Це зумовлено тим, що Україна серед європейських держав має найвищий інтегральний рівень антропогенного навантаження на довкілля, а також має досить незначні внутрішні фінансові можливості до вирішення цієї проблеми. Тому проблема формування механізму екологізації економіки є надзвичайно актуальною і вимагає узагальнених поглядів, завдяки яким можливо обґрунтувати практичні рекомендації щодо шляхів становлення, форм функціонування і розвитку еколого-економічної системи України [1].

Екологізацію економічного розвитку вчені трактують як прагматизацію закономірностей взаємовідносин живих організмів із навколишнім середовищем у якому вони функціонують. Ці закономірності людина має пізнати з метою забезпечення необхідних умов для розвитку біосфери у сфері інтенсивного господарювання. Суб'єкти господарювання своєю діяльністю істотно впливають на природне довкілля, зокрема, найчастіше — негативно. Десятиліттями ці проблеми породжувалися в Україні нерациональним використанням природних ресурсів, що, в свою чергу, було зумовлене абсолютною державною формою власності на пригородні ресурси, низькою мотивацією учасників виробничо-господарських процесів, глибокою духовною кризою суспільства [2].

За визначенням окремих вчених економістів-екологів екологізація визначається як «об'єктивно обумовлений процес перетворення всієї суспільної праці, направлений на збереження і розвиток суспільно-економічних функцій природи» [1]. Під екологізацією слід розуміти такий подальший розвиток який враховує екологічну складову, як одну з

основних в розвитку і функціонуванні будь-якої компоненти економіки країни. Сюди необхідно відносити: зниження навантаження на довкілля, збереження і відтворення природних ресурсів, переоснащення виробництв і впровадження мало- і безвідходних технологій, проведення різних природоохоронних заходів, природоохоронна спрямованість інвестицій тощо. Врахування екологічного чинника є необхідним у всіх секторах і галузях економіки [1].

Уряд України прагне реформувати економіку в такий спосіб, щоб у можливо короткі терміни перейти до сталого розвитку, а це потребує розроблення і запровадження інструментів екологізації всього спектра виробничих відносин, зокрема екологізації міжнародних економічних відносин, які істотно впливають на національні виробничі відносини. Українська економіка може виглядати більш привабливою для іноземних інвесторів, якщо вона гармонізує своє законодавство, зокрема господарське право, і всю економічну сферу відповідно до європейських і світових екологічних стандартів. Проблеми підвищення ефективності національної економіки необхідно розглядати через призму екологічного імперативу світового господарства, шукати шляхи оптимального функціонування єдиної еколого-економічної системи у контексті проблем сучасної глобалізації [3].

1. Акишин А.С. *Екологічна політика зарубіжних країн і України: Уч. допомога.* - Волгоград: Вид-во Вол ДУ, 2017. – 228 с. 2. Білявський Г. *Основи екології: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/* Георгій Білявський, Ростислав Фурдуй, Ігор Костіков. - К.: Либідь, 2015. – 406 с. 3. *Наше спільне майбутнє: Доповідь Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку (МКОСР) / Пер. с. англ. - М.: Прогрес, 2016. – 376 с.*

Мороз Л.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сьогодні в умовах гострої необхідності інноваційного підходу до розвитку вітчизняних підприємств необхідно створити відповідну кадрову політику, яка полягає в ретельному плануванні, організації, мотивації і контролю персоналу, основою чого має бути принцип збереження досвідчених провідних фахівців і залучення нового персоналу у відповідності до інноваційних вимог їх професійного рівня компетенції. Підприємство повинне розглядати свій персонал як капітал, який воно отримало в ході конкурентної боротьби, а витрати на нього – як дострокові інвестиції в інноваційну діяльність. Необхідно, щоб така кадрова політика орієнтувалася на встановлення з кожним працівником, що займається інноваційною діяльністю, тривалих трудових відносин, заснованих на принципах соціального партнерства і дотримання вимог трудового законодавства щодо інноваційної діяльності.

Реалізація сучасних принципів маркетинг-менеджменту персоналу та переосмислення інноваційної діяльності підприємств вимагає підготовки фахівців, здатних займатися цими питаннями. Тому на шляху пошуку продуктивної інноваційної ідеї виникає безліч загальних, специфічних та індивідуальних проблем, які доцільно розглядати та оцінювати з різних точок зору. Основними складовими цих питань доцільно вважати:

- компетентність, досвід та управлінські здібності персоналу підприємства з метою здійснення інноваційної діяльності;

- наявність споживачів продукції підприємства та знання їх потреб;
- наявність сучасної технології для матеріальної реалізації інноваційної ідеї.

Основним джерелом надходження нових ідей виступають існуючі і потенційні клієнти, фахівці сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, патентознавці, винахідники. Але ключовою ланкою будь-якого підприємства завжди є керівник, який виконує основні завдання на підставі основних професійних функцій і принципів керівництва, основна мета діяльності якого полягає в скеруванні поведінки та дії підлеглих на досягнення інноваційної мети підприємства. Незважаючи на необхідність досягнення поставленої перед колективом мети, керівник повинен:

- розробляти загальний план як поточних, так і інноваційних дій;
- координувати всі підрозділи управління на здійснення інноваційної діяльності;
- впливати на нижчі рівні управління і їх керівників з метою пропонування та розробки інноваційних заходів;
- підбирати кадри, спроможні здійснювати інноваційну діяльність;
- розкривати потенціал кожного працівника в пошуку нових ідей.

Інвесторів же, у першу чергу, цікавить високий дохід при мінімальному ризику інноваційної діяльності, тому принципово нові вироби можуть бути для них перешкодою до здійснення інвестицій, що також вимагає відповідної управлінської роботи з ними. Виробники також можуть чинити опір впровадженню нововведень, що пояснюється відсутністю точних вартісних оцінок, наприклад, собівартості виготовлення нових виробів, для визначення якої необхідне проведення робіт з технічної підготовки виробництва. На сьогодні технологія є тим фактором, який чинить найбільший вплив на інноваційний розвиток підприємства, тому керівництво повинне збалансувати вимоги технології з робітниками, що її застосовують. Фахівці-технологи вивчають прийнятні способи виробництва нового товару і приступають до оформлення інформації, необхідної для подачі заявки на патент, досліджують проблеми якості і розробляють заходи для її забезпечення в новому виробі.

Фахівці зі збуту здійснюють пошук потенційних споживачів нової продукції, яка потребує перебудови вже існуючої системи збуту, тому відчуваючи реакцію споживачів, збутовики можуть підштовхнути виробників до розробки інноваційної продукції.

Таким чином, в умовах інноваційного розвитку підприємств увага повинна приділятися взаємовідносинам всіх суб'єктів інноваційного процесу при проходженні етапів від розробки до просування нової продукції на ринку. Наскільки правильно будуть обрані канали розподілу товарів, форми і методи їх збуту, широта асортименту і якість послуг, пов'язаних з реалізацією продукції, – все це суттєво впливає на результати інноваційної діяльності підприємства, для успіху в якій розробникам необхідно орієнтуватися на потреби і запити споживачів, виявлених у маркетингових дослідженнях. Тільки при умові взаємодії великої кількості маркетингових, науково-технічних, управлінських рішень, які очолює й об'єднує людський фактор, інноваційна діяльність на підприємстві буде мати шанси на успіх. Тобто ефективність інноваційної діяльності підприємства безпосередньо залежить від конкурентоспроможності персоналу, основу якої забезпечують рівень кваліфікації і компетентність персоналу, підвищення його кваліфікації, а також його психологічні і комунікаційні якості. Це дасть можливість формувати раціональні виробничі програми, оперативно реагувати на ринкову ситуацію, перемагати в умовах конкуренції та впроваджувати інновації в діяльність вітчизняних підприємств.

Зараз також доцільним при здійсненні інноваційної діяльності є перехід від індивідуальних до колективних (групових) форм організації праці, які на практиці можуть бути досить різноманітними: спільне вирішення окремих завдань, здійснення виробничого процесу в комплексі (автономні та напівавтономні бригади), виконання «наскрізних» робіт в інноваційній діяльності тощо. Цільові організовані робочі групи,

що здійснюють інноваційну діяльність, дозволяють акумулювати великий обсяг знань, забезпечують краще сприймання й розуміння інноваційних проблем, дозволяють виявити альтернативні підходи у процесі підготовки і прийнятті рішень, а також досягти необхідну узгодженість трудових функцій, ефективну взаємодію та колективну відповідальність всіх працівників у інноваційній діяльності.

Тому кадрову політику підприємства в умовах його інноваційного розвитку слід здійснювати на таких принципах:

- єдина система мотивації праці для усіх співробітників;
- створення атмосфери, яка заснована на відкритості, взаємоповазі та сприятливому розкриттю здібностей як кожного працівника, так і колективу в цілому;
- прозорість та об'єктивність системи оплати та мотивації праці;
- періодичне підвищення заробітної плати у зв'язку із результатами інноваційної діяльності;
- використання гнучких систем преміювання з метою врахування індивідуального інноваційного вкладу працівника.

З іншого боку, інноваційний розвиток підприємства з його людським фактором на чолі необхідно розглядати в нерозривному зв'язку як з загальноекономічною стратегією, так і з маркетинговою стратегією, основне призначення якої полягає у тому, щоб узгодити маркетингові цілі інноваційної діяльності з її можливостями, вимогами споживачів щодо інноваційної продукції, використовувати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

В умовах інноваційного розвитку українських підприємств повинно змінитися ставлення до висококваліфікованих спеціалістів-інноваторів, які здійснюють організацію інноваційної діяльності, забезпечують її результативність та підвищують ефективність роботи всіх учасників інноваційного розвитку, який буде мати шанси на успіх тільки при умові взаємодії маркетингових, науково-технічних та управлінських рішень, які очолює й об'єднує людський фактор.

Музиченко-Козловська О.В.

Національний університет "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасна економіка розвивається не на базі природних чи інших матеріальних ресурсів, а на основі впровадження у виробництво новітніх наукових розробок та комунікаційних технологій. Комерціалізація є важливим етапом інноваційного процесу, яким зацікавлені не лише розробники нематеріальних цінностей чи інтелектуальних продуктів, але й підприємці, які їх впроваджують у виробництво чи іншу практичну діяльність. Вона стимулює та мотивує інноваційно-інвестиційну діяльність. Здатність виробляти та впроваджувати науково-технічні розробки підвищує конкурентоспроможність підприємств.

Дослідженню проблем, пов'язаних з комерціалізацією інтелектуальної власності, присвятили свої праці О.Є. Кузьмін [1], Н.О. Шпак [2], О.Б. Бутнік-Сіверський [3], Г.Л. Ступнікер [4] та інші. Однак, у роботах цих вчених недостатньо висвітлені проблеми правового регулювання комерціалізації прав інтелектуальної власності тощо.

Комерціалізація науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт – це сукупність способів і дій для реалізації результатів наукових досліджень у нові чи вдосконалені види промислової продукції, обладнання або технології, методи управління й

організування, що задовольняють нові споживчі потреби; поширення такої продукції на ринку для отримання прибутку чи досягнення інших факторів успіху [5, с. 39].

Виходячи з такого підходу можна стверджувати, що основою комерціалізації є отримання прибутку чи іншого ефекту від результату науково-дослідницької чи іншої інтелектуальної роботи. Однак, в Україні, яку відносять до країн з економікою, яка розвивається (за розміром ВВП), не сформовано державну систему управління інтелектуальною власністю, яка б включала відповідну інфраструктуру. Видатки Державного бюджету на наукові дослідження у 2015-2017 роках становили відповідно 0,25% ВВП; 0,2 % ВВП; 0,18 % ВВП [6].

До проблем комерціалізації прав інтелектуальної власності в Україні можна віднести: в українському законодавстві не достатньо врегульована проблема комерціалізації прав інтелектуальної власності; недостатньо описано право користування інтелектуальною власністю: організацією, чи безпосереднім розробником; недостатньо розвинена патентно-ліцензійна справа; недостатньо розвинена система інноваційного аудиту, за якою можна оцінити прогресивність на доцільність впровадження інновацій чи інтелектуального продукту; відсутність достатнього попиту на продукт інтелектуальної власності; недостатнє фінансування інноваційних розробок, чи неврегульоване питання його у законодавстві; недостатня мотивація вченого-дослідника; недосконалість чи відсутність матеріально-технічної бази для розроблення інновацій; відсутність зв'язку чи співпраці між науково-дослідницькими установами та підприємствами щодо актуальності інновацій чи наукових розробок; недостатньо коштів на підтримання патентів на винаходи в силі; відсутність державного сприяння комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

1. Kuzmin O. *Specifics of self-commercialization of innovative products by machine-building companies* / O. Kuzmin, R. Kostsyk // *Econtechmod.* – 2014. Vol.4, No1. – P. 61-67. 2. Шпак Н.О. *Інноваційні розробки у кредит як новий спосіб комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності машинобудівних підприємств* /Н.О. Шпак, К.І. Дмитрів / *Національний університет “Львівська політехніка”*. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/1172/1/54.pdf>. 3. Бутнік-Сіверський О. Б. *Інноваційний дохід підприємства від використання інтелектуальної власності* / О. Б. Бутнік-Сіверський // *Ефективна економіка.* - 2011. - № 12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_65. 4. Ступнікер Г.Л. *Комерціалізація інтелектуальної власності як інструмент управління інтелектуальним капіталом* / Г. Л. Ступнікер // *Економічний простір.* – 2008. – № 15. – С. 163 – 170. 5. Бут С.Ю. *Сучасний стан і проблеми формування та розвитку організаційно-економічного механізму комерціалізації інноваційної діяльності в Україні* / С.Ю. Бут, І.О. Совершенна // *Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал.* - 2011. – № 21. – С. 20-23. 6. *Пояснювальна записка до проекту закону України від 14.03.2017. - № 6188 “Про внесення змін до додатка № 3 до Закону України “Про Державний бюджет України на 2017 р.”.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GH4RW00A.html.

ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕВАГ МЕРЕЖЕВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Динамічний розвиток незалежних систем опрацювання інформації, нагромадження і розповсюдження знань, підтримання рівноправних і безпечних комунікацій в Інтернеті, а також прагнення підприємців до автономних форм праці сформували підґрунтя для поширення горизонтальних організаційно-виробничих структур. Цей тренд задовольняє стратегічним очікуванням, які передусім визначають потреби гнучкого і інтеграційного обслуговування ринків, а також розширення компетенцій завдяки використанню міжорганізаційних інформаційних систем. Крім того мережеві структури володіють резервним потенціалом завдяки створенню нових конфігурацій або залученню додаткових партнерів. Привабливість мережевих структур пояснюється дуже високими виробничими показниками, які у свою чергу обумовлені двома чинниками – компетентністю і ефективністю організування діяльності її учасників. Високопродуктивна ув'язка компетенцій досягається тим, що до вирішення поставлених завдань залучаються кращі партнери-виконавці. Подібний елітарний принцип формування компетенцій, властивий мережеві структурі, виключає використання другорядних виконавців, хоча останні можуть працювати в задіяних організаціях.

На відміну від вертикально орієнтованих горизонтальні організаційно-виробничі структури більш гнучкі, менше залежать від доктрини розвитку головних організацій, більш гнучкіші та незалежні у виборі напрямку свого розвитку. У них весь ланцюжок створення благ трансформується у розгалужену систему послуг. Договірні стосунки переносяться на власників часток капіталу, насамперед устаткування, а також окремих співробітників. Для гнучкішого організування бізнес-процесів їхнє виконання розподіляється між самостійними в господарському, а іноді і в правовому відношенні центри (господарські одиниці, відділення, виробничі сегменти, центри прибутку). Подібне використання ресурсів полягає в укладенні лізингових договорів (розподіл прав володіння і користування) і оновленні відносин у сфері зайнятості людських ресурсів на основі нових інформаційних комунікацій.

Створення мережевих структур є мегатрендом, що охоплює усі галузі, починаючи від наукових досліджень і мережі субпостачальників у сфері виробництва і закінчуючи франчайзинговою мережею у сфері збуту. Мережеві утворення, що виходять за межі одної організації, підвищують досягнення успіху при формуванні ефективних ринкових і господарських організаційних структур. Труднощі впровадження мережевих структур зумовлені з одного боку порушенням ряду традиційних принципів управління, а з іншого - управлінські принципи для нових організаційних структур ще не чітко визначені, а тим більше апробовані на практиці. Мережеві організації приводять до нівелювання принципів побудови традиційних оргструктур, так і утвердженням безадресних ринкових взаємозв'язків у формі рамкових угод. Наприклад, завдяки можливості роботи вдома з використанням телетехніки і телекооперації (віртуальні підприємства) відпадає необхідність просторового зосередження персоналу. Останні перетворюються в трудові стосунки з високою часткою компенсацій, залежно від ефективності виконуваних робіт, і можуть встановлюватися на основі термінових трудових договорів, часткової зайнятості, договорів про взаємне надання персоналу підприємствами, договорів з фахівцями вільних професій і субпідприємцями. Загалом мережеві структури характеризуються відмовою від бюрократизації і формалізації, високим статусом інформаційних і кадрових засобів інтеграції.

АДМІНІСТРУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ: ПРОБЛЕМА СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ

В умовах сьогодення підприємства вимушені постійно шукати нові шляхи вдосконалення своєї системи менеджменту для удосконалення управління та пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності своєї діяльності. При цьому важливе завдання – будувати та використовувати такі системи адміністрування в управлінні, які з урахуванням євроінтеграційних процесів найкраще б відповідали цілям та завданням, а також враховували б вплив різних чинників внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

Як свідчить огляд й узагальнення літературних джерел, нерідко поняття «адміністрування» вживається як синонім багатьох споріднених понять, насамперед, поняття «управління». Наприклад, у роботі І.П. Яковлева [4, с.121] вказано, що це поняття розглядається як синонім понять «управління» та «регулювання». Це й же автор зазначає, що поняття «адміністрування» використовується для «позначення різноманітних сторін правової реальності і до набуття ним відміченої якісної специфіки, у т.ч. і в період панування управлінського підходу, що призводить на теперішній час до існування розрізнених поглядів на його зміст, часто пов'язаних із традиційністю застосування в окремих сферах» [4, с.122]. Про проблему ототожнення понять «адміністрування» та «управління» зазначає у своїй праці також О.В. Серов [3, с.15-20]. У цьому контексті О.Ю. Дудченко акцентує увагу на тому, що вживання як синонімів зазначених понять пов'язане із тим, що термін «administratio» («адміністрування») у перекладі з латинської мови означає «управління». Водночас, автор наголошує на нетотожності зазначених понять з позиції змістового наповнення. Так, на його думку, «управління – це упорядкування системи, а адміністрування – це керування конкретними, окремими елементами цієї системи, це власне практична діяльність, технологічний процес підготовки, прийняття і виконання управлінських рішень» [1, с.140]. У роботі С.Н. Лебедева [2, с.150] вказується на те, що «терміни «адміністрування» та «адміністрація» стосуються власне розпорядницьких функцій (делегованих або присвоєних, повних або часткових, відносно самостійно чи залежних) в політичній, економічній та соціальній сферах».

В аналізованому контексті доцільно звернути увагу на те, що поняття «управління» за своїм змістовим наповненням також істотно різниться у вітчизняній та іноземній науковій літературі і розглядається з позиції впливу на відповідні об'єкти, як процес, як окрема функція чи їхня сукупність, як вид і сфера професійної діяльності тощо. Очевидно, що така невизначеність спричиняє невідповідності й у трактуванні понять «управління» та «адміністрування».

1. Дудченко О.Ю. *Адміністрування в судовій системі: поняття та перспективи реформування* / О.Ю. Дудченко // *Юрист України*. – 2013. – №2. – С. 138-143. 2. Лебедев С.Н. «Управление», «менеджмент», «администрирование»: проблема концептов / С.Н. Лебедев // *Вестник РУДН, серия «Социология»*. – 2011. – №4. – С. 143-151. 3. Серов О.В. *Аналіз термінологічного забезпечення категорійно-понятійного апарату в галузі знань «публічне управління й адміністрування»* / О.В. Серов // *Державне управління: теорія та практика*. – 2016. – №2. – С. 15-23. 4. Яковлев І.П. *Публічне адміністрування у сфері державної митної справи: термінологічний пошук* / І.П. Яковлев // *Європейські перспективи*. – 2015. – №6. – С.119-125.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У вирішенні проблеми інноваційного розвитку українських промислових підприємств важливе значення має вибір відповідної організаційної форми, якою може бути модифікація їх виробничої діяльності на засадах впровадження новітніх технологій. Це дасть їм змогу прискорити нарощування власного інноваційного потенціалу, використання якого дозволить виготовляти з інноваційним наповненням, що відповідає міжнародним стандартам якості та буде конкурентоспроможною на зовнішніх і внутрішніх ринках. Отже у зв'язку з тим у держава повинна бути докорінно змінена економічна політика, яка має бути орієнтована на пріоритетний розвиток високотехнологічних виробництв здатних виготовляти продукцію з високою доданою вартістю а також імпортозаміщувану продукцію для задоволення нею потреб внутрішнього і зовнішнього ринку. Таким чином модернізація може стати основним чинником прискорення інноваційного розвитку підприємств та нарощування їхнього інноваційного потенціалу. Зазначимо, що проведення масштабної модернізації, якій підлягає більшість українських промислових підприємств потребує залучення значних коштів орієнтовна сума яких сягає понад 200-250 млн. грн. на найближчу перспективу.

При проведенні більш ґрунтовного аналізу обсяг коштів на проведення модернізації промислових підприємств може бути значно більшими, оскільки за даними Держстату України рівень зношеності основних фондів промислових підприємств в 2015 р. становить майже 77%, а кількість підприємств, що займаються інноваційною діяльністю на цю дату становила лише 17,3% від їх загальної кількості. На промислових підприємствах використовується застаріле технологічне устаткування, яке роками не оновлюється, тобто термін його використання у виробничому процесі 2-3 рази перевищує допустимі нормативи його оновлення. Отже, потрібні значні інвестиційні кошти для проведення модернізації промислових підприємств на засадах використання новітніх технологій. Очевидно, що ні держава ні підприємства не спроможні виділити такі кошти на проведення їх модернізації, тому вирішення проблеми треба шукати в площині залучення коштів внутрішніх і зовнішніх інвесторів. В умовах яких на даний момент часу функціонують українські підприємства, важливе організаційно-тактичне значення має визначення пріоритетності їх першочергової модернізації. Це повинно стосуватися промислових підприємств усіх наявних секторів економіки України. Особливо слід зазначити, що пріоритетність належить розглядати як важливий організаційний чинник, який обумовлює першочерговість проведення модернізації підприємств з урахуванням соціально-економічної важливості їх колективів у вирішенні найбільш актуальних господарських завдань, зокрема виготовлення ними продукції, яка поставляється на експорт, а також забезпечую внутрішній український ринок імпортозаміщуваною продукцією. Разом з тим у сферу пріоритетності повинні бути включені ті сектори промисловості і їх підприємства, які здатні найбільш в оптимальні терміни застосувати новітні технології і наростити свій виробничий потенціал, забезпечити виготовлення продукції високої якості, що відповідає міжнародним стандартам і є конкурентоспроможною на внутрішніх та зовнішніх ринках. Отже, вибір і обґрунтування пріоритетності підприємств, що підлягають модернізації дасть змогу раціонально використовувати інвестиційні ресурси, спрямовувати їх на ті об'єкти і виробничі ланки є визначальними у виготовленні продукції з інноваційним наповненням.

Важливим чинником, який сприятиме прискоренню модернізації пріоритетних підприємств чільне місце повинне бути відведене державним преференціям, через яких зниження ставок оподаткування на період організування і освоєння ними випуску нової продукції, надання пільгових кредитів на придбання новітніх технологій, створення сприятливих для них умов на митному кордоні якщо вони мають відповідні договірні стосунки із закордонними фірмами на поставку устаткування для переоснащення виробництва і комплектуючих виробів для виготовлення нових видів продукції.

В діяльності пріоритетних підприємств виникає необхідність удосконалення їх амортизаційної політики, яка має бути спрямована на використання частини амортизаційних коштів для проведення модернізації, що буде сприяти прискоренню відтворювальних процесів їх матеріально-технічної бази.

Серед системи заходів, спрямованих на інвестиційне забезпечення модернізації підприємств провідне місце повинно належати вітчизняному інвестору, зокрема фінансовим установам, вітчизняному машинобудуванню, яке в цій ситуації має вирішувати двоєдине завдання: здійснювати оновлення власної матеріально-технічної бази та організування виготовлення нової прогресивної техніки для переоснащення підприємств інших секторів економіки, особливо агропромислового комплексу легкої, харчової, деревообробної промисловості.

Проведення модернізації промислових підприємств обумовлює необхідність належного кадрового забезпечення, тобто залучення фахівців високого фахового рівня, здатних розробляти та здійснювати реалізацію проектів, наповнених новітніми технологіями. Разом з тим успішне проведення модернізації промислових підприємств залежить від забезпечення цього процесу робітничими кадрами, підготовленими для освоєння новітніх технологій виготовлюваної продукції. Витрати коштів на таку підготовку слід вважати не соціальними, а інвестиціями у виробництво, яке розвивається і функціонує на інноваційних засадах. Отже, мова йде не про просте збільшення робочих місць, а про їх високий техніко-економічний рівень, освоєння і ефективне використання якого вимагає від робітників відповідних фахових знань, навичок та креативності. Поряд з кадровим забезпеченням підприємств, які здійснюють модернізацію, надзвичайно актуальною є розробка і впровадження у практику на таких підприємствах досконалих механізмів мотивації персоналу, які орієнтовані на врахування фахового рівня працівників та їхнього вкладу у досягнення конкретних результатів в процесі реалізації проектів модернізації на підприємствах, що обумовлює необхідність застосування і розвитку персоналізованої мотивації працівників.

Комплекс заходів, які належать здійснити в процесі модернізації підприємств і їх виробничих підрозділів повинні бути чітко окреслені у цільових проектах, моніторинг реалізації яких дасть змогу домогтися успішного їх виконання і передбачуваної результативності.

Просович О. П., Боцман Ю.С.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕОБАНКІНГУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та глобалізація фінансових ринків суттєво пришвидшує впровадження інновацій у фінансовій сфері, зокрема у банківській. Теперішні складні часи переживає як світова, так і українська банківська система. В Україні банки функціонують в умовах високої інфляції, спаду виробництва, низької платоспроможності населення, політичною нестабільністю,

військовими діями на сході. Оговтавшись від наслідків недавніх банківських криз світові ж банки стикнулися з новою проблемою – появою нових конкурентів. Так, багато фінансових стартапів вже створили серйозну конкуренцію для банків на ринках роздрібних платежів та кредитування. У найближчому майбутньому очікується зростання кількості фінтех-проектів, що надаватимуть послуги у сфері мікро-інвестування [1].

На сьогоднішній день одним з останніх явищ у світі фінансових технологій є необанки, тобто банки без відділень, що повністю перевертає наше уявлення про звичне банківське обслуговування. Необанк – це повністю онлайн компанія, яка забезпечує банківський і платіжний сервіс без традиційної інфраструктури банківських відділень. До необанківських послуг і продуктів належать: мобільні депозити, класичні та віртуальні платіжні картки, індивідуальні платежі з використанням телефонних номерів електронних листів або навіть ідентифікаторів в соціальних мережах (платіжні боти), інструменти мобільного бюджетування та цифрові квитанції в реальному часі [2].

До недоліків необанкінгу можна віднести більш високі відсоткові ставки та можлива комісія за обслуговування карткового рахунку. Але основною перевагою є простота і зручність використання рахунку – те, що у світовій практиці називається UX (User Experience). У нашому шаленому ритмі життя з постійним дефіцитом часу тільки один цей фактор може зіграти вирішальну роль у виборі продукту. Крім того, це завжди більш високий клас взаємодії з клієнтом і підтримки. Слід враховувати, що клієнти необанків – це, як правило, молоді люди, які не мають досвіду відкриття рахунків у класичних банках. Тому, послуги необанку повністю задовольняють їх відповідні потреби та не порушують їхнього звичного способу життя.

Незважаючи на політичні конфлікти глобалізація світової економіки невпинно зростає, що також вимагає спрощення доступу до банківського сервісу з будь-якої точки нашої планети. Тому, популяризація впровадження та застосування принципу необанкінгу на світовому ринку є актуальною.

Необанків та інших фінтех-компаній, що надають наближені до необанкінгу сервіси на світовому ринку, станом на початок 2017 року налічували понад 70 компаній. Більшість з них засновано у Великій Британії, законодавство якої є найбільш привабливим для заснування необанку. Сприятливими чинниками для такої діяльності у цій країні є: лояльне ставлення державного регулятора (FCA), мінімальне оподаткування, доступ до величезної бази інвесторів, величезний ринок персоналу в сфері фінансових технологій, а також можливість для необанку отримати спеціальну ліцензію і не пропонувати свої послуги на базі класичного банку [1].

На українському ринку банківських послуг також вже існує безліч фінтех-стартапів, серед яких зустрічаються і необанки. Однак, незважаючи на величезну кількість позитивних сторін нового сервісу, необанку буде непросто в реаліях українського банківського регулювання, зокрема в питаннях відкриття і ведення банківських рахунків.

При заснуванні стартапу у сфері необанкінга в Україні, в першу чергу необхідно подбати про ліцензії. Основними нормативними актами, що регулюють дану галузь, є закони України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності", "Про фінансові послуги та регулювання ринків фінансових послуг", а також "Про банки і банківську діяльність". При цьому обсяг і вид необхідних ліцензій буде залежати безпосередньо від обсягу послуг, які передбачає надавати банк. Банківську ж ліцензію надає НБУ і вона є необхідною умовою діяльності банків в Україні.

Повноцінний "необанкінг" повинен володіти мінімальним пакетом послуг, що включає поточний клієнтський рахунок і можливість використовувати кошти, розміщені на ньому, для платежів. Але, на сьогодні згідно статті 47 закону України "Про банки і банківську діяльність" відкриття та ведення поточних рахунків є виключно банківською діяльністю [3]. Тому проект, що передбачає ведення клієнтських рахунків, можливий тільки на базі класичного банку. Така ж ситуація

склалася і з випуском платіжної картки. Попри на те, що картка може обслуговуватися цілком різноманітними платіжними системами, її емітентом може бути тільки банк, який уклав договір з відповідною платіжною організацією. Це передбачено статтею 14 закону України "Про платіжні системи та переказ грошей" [4].

Таким чином, діяльність необанку в Україні повинна бути заснована на співпраці з будь-яким із діючих комерційних банків. Існують й інші можливості, наприклад, відкриття рахунків та емісія платіжних інструментів за кордоном. Такий варіант дозволяє вести бізнес і здійснювати розрахунки в Україні, але, імовірно, буде коштувати дорожче для стартапу. Також буде дорожчим і для клієнта, оскільки передбачатиме більшу плату за обслуговування карткового рахунку ніж плата, яку пропонують вітчизняні банківські установи.

Іншим варіантом є можливість реалізувати проект через створення нового банку в Україні з подальшим отриманням всіх необхідних ліцензій. Цей шлях є дуже дорогим, однак вирішує багато питань щодо правового регулювання.

Отже, основними стримуючими чинниками впровадження інновацій у сферу вітчизняного банківського обслуговування є недосконалість регулюючих правових актів, обмеженість ресурсів, значні витрати та юридичні труднощі. Однак, намічені тенденції в підходах Нацбанку України та інших регуляторів дають надію на недалекі позитивні зміни у правовому регулюванні. При правильному та вчасному реагуванні нашого законодавства на світові тенденції, Україна зможе значно наблизитися до інноваційних лідерів.

1. *Паперник С. Банк в кишені. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/papernyk/bank-v-kisheni-2449639.html> (дата звернення: 30.04.2018).* 2. *Рац О.М. Тенденції впровадження інноваційних банківських ресурсів в умовах глобалізації світових фінансів / О.М. Рац // Сборник научных трудов «Актуальные научные исследования в современном мире». – 2017. – Выпуск 5(25). URL: http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/16440/1/%D0%A0%D0%B0%D1%86_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F_1.pdf (дата звернення: 30.04.2018).* 3. *Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121 – III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (дата звернення: 30.04.2018).* 4. *Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 05.04.2001 № 2346 – III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (дата звернення: 30.04.2018).*

Процак К.В., Ярмола К.М.

Національний університет «Львівська політехніка»

СУЧАСНІ РИЗИКИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кожного дня ми чуємо, що у різних куточках світу «знайдено» якусь інновацію – чи це нова технологія, чи нова продукція, чи нові матеріали – це спричинює бурхливу реакцію суспільства і кожен намагається отримати це у власне користування. Ми живемо у такий період, коли люди не можуть контролювати свої інноваційні пориви та цікавість, що через 10-20 років, суспільство може забути, що таке живе спілкування.

На сьогоднішній день технології – це двигун науково-технічного прогресу. Нові устаткування й методи праці полегшують трудову дільність працівників в усьому світі. Це безумовно хороший чинник, але настане час, коли ці технології зможуть замінити людську працю і підприємства вже не будуть потребувати живої робочої сили. Роботи можуть замінити людей – і це дуже тривожний знак, який свідчить, що людям необхідно зупинитись у пошуках все нових способів «заміни» людини.

Другим важливим викликом є номофобія – залежність людини від гаджетів. Цю залежність ще називають хворобою XXI століття. Практично кожна людина має у своєму розпорядженні хоча б один гаджет – переважно це телефон. Ми не можемо жити без телефону: зранку ми встаємо і перше, що беремо в руки – це телефон; ідемо снідати, що в нас завжди лежить на столі – телефон. А коли раптом телефон розрядився або ми його не можемо знайти, то зразу починаємо панікувати, наче втратили щось дуже цінне. Але телефон чи інший гаджет – не є найбільшою цінністю нашого життя. Це всього лиш засіб зв'язку. Але чим більше ми проводимо часу в гаджетах, тим більше ми втрачаємо дорогоцінного часу живого спілкування з близькими, ми не помічаємо, що довкола нас прекрасний світ, який набагато цікавіший, ніж наш віртуальний «друг». Винахідник смартфона Локко Леонард Мартіно, презентуючи свою майбутню книгу «Вибачте за мою цікавість», сказав: «Вибачте! Я вибачаюся за страшну шкоду, якої завдала людству моя цікавість» [1]. Він вибачається за те, що через його винахід люди забувають, що таке спілкуватися наживо і, навіть, ідучи поряд, вони пишуть один одному повідомлення; за те, що діти, коли їх щось цікавить, не питають цього у батьків, а шукають в інтернеті відповіді на свої запитання; за те, що знищив їхнє здоров'я. Він усвідомив наслідки свого винаходу, але цей процес не зворотній і лише ми самі можемо його зупинити.

Технічний директор Google в області машинного навчання та обробки природної мови Рей Курцвейл, який відомий своїми науково-технологічними прогнозами, 86% яких збуваються, спрогнозував ймовірні зміни у XXI столітті. Він припускає, що: у 2019 р. – людство переможе хвороби, які вбивають людей у 95% розвинених країн; у 2020 р. – компютери втратять свою звичну форму і їх можна буде вшивати у одяг; у 2025 р. – буде розроблено нанотехнологію, яка зможе повністю зрозуміти роботу людського мозку; у 2030-х роках люди зможуть телепатично зв'язуватися один з одним через бездротові мережі; 2040-і роки – люди будуть більшу частину часу проводити у віртуальній реальності; 2045-2099 роки – людство більше не буде обмежене швидкістю світла, штучний інтелект просунеться за межі Землі, машини зможуть будувати компютери розміром з планети [2]. Більшість цих прогнозів здаються безглуздими та смішними, але якщо поглянути на них з точки зору людей, які прагнуть створювати/відкривати все нове і «краще», то це може стати реальністю.

1. *Винахідник смартфона просить вибачення. [Електронний ресурс] – Режим доступу: CREDO: <http://credo.pro/2018/02/201118>. 2. Як зміниться світ до 2099 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tutkatamka.com.ua/cikavinki/kuryozi/yak-zminitsya-svit-do-2099-roku-na-dumku-futurologa-chi%D1%97-prognozi-zbuvayutsya-v-86-vipadkiv>.*

Рачинська Г. В.

Національний університет "Львівська політехніка"

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОПАРКІВ ЯК ОСЕРЕДКІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

З огляду на світові тенденції та деякі особливості економічної глобалізації без власної індустрії Україні не обійтися. В останні роки почали активно функціонувати іноземні заводи з виготовлення автомобільних комплектуючих виробів. У Стрию та Коломиї працюють німецькі заводи компанії Leoni, у Львові та Немирові - японська Fujikura, у Кожичах на Львівщині- німецький Bader, у Чорткові - японська Sumitomo, у Бродах - французький Nexans, а в Луцьку та Житомирі - австрійський Kromberg & Schubert. Також до України переносить потужності Klingspor - французький виробник

абразивних матеріалів і ряд підприємств іншого профілю. З одного боку, це дає надію на нову індустріалізацію країни загалом і регіонів зокрема, з іншого - розуміння того, що це достатньо низько технологічні виробництва, праця на яких не потребує профільної освіти. З \$ 1,9 млрд, інвестицій, які отримала Україна у 2017р., у промисловість було спрямовано менше ніж 30%. До того загальний обсяг інвестицій все ще не вийшов на довоєнний рівень(4,5 млрд, у 2013-му)[1]. Очікувати від інвесторів, очевидно, чогось більшого не варто, бо така логіка виробничого офшорингу - кінцевим власником інтелектуального продукту завжди залишатиметься компанія. Тому будувати довгострокову стратегію економічного розвитку навколо офшорингу не можна – необхідно стимулювати появу власних інноваційних виробництв і їх вихід на світові ринки. Саме таку місію в розвитку інфраструктури підтримки інноваційної діяльності в Україні повинні мати технопарки.

Світовий досвід створення технопарків сприяє виокремленню чинників, що сприяють їх подальшому формуванню:

- наявність в регіоні науково – дослідних закладів високого класу(університетів, технічних вузів, науково – дослідних інститутів, технологічних фірм, що мають потужний дослідний потенціал);
- наявність стабільного колективу кваліфікованих спеціалістів різних професій;
- можливість придбання або найму в оренду на пільгових умовах земельної ділянки і виробничих потужностей;
- наявність зрілої технологічної інфраструктури та розвинутої мережі ділових послуг;
- можливість технологічного обслуговування та ремонту дослідницької техніки, управлінського консультування;
- доступ до джерел ризикового капіталу.

Набір цих чинників мав місце у багатьох країнах у різних комбінаціях. Проект «технопарк» передбачає новий підхід до регіонального розвитку. В ньому робиться акцент на створення гнучкої інфраструктури, що складається з кваліфікованих кадрів, нових технологій, інфраструктурного навчання, капіталу, який вкладається в нові недосліджені галузі та мережі комунікацій, зручне економіко – географічне положення (близькість до міжнародних магістралей і аеропортів, внутрішніх транспортних комунікацій).

Значення проекту «технопарк» полягає в наступному:

- . у межах технопарків повинно здійснюватись максимальне зближення науки і виробництва;
- . технопарки можуть сприяти структурній переорієнтації економіки;
- . технопарки характеризуються як сталі, достатньо автономні мікросистеми, що зосереджені в країні. У технопарках підвищені вимоги щодо якості навколишнього середовища і впорядкування території.

У нашій країні найсприятливіші умови для створення технопарків і технополісів мають значні міські агломерації, і передусім Київська, Харківська, Одеська, Львівська, Дніпровська.

Здійснення спрямованої політики створення технопарків у великих міських агломераціях України необхідно розглядати не як самоціль, а як засіб подолання кризових явищ в економіці та створення умов виходу країни на міжнародний ринок новітніх технологій.

У цілому з появою регіональних науково – технічних парків створюються сприятливі умови для вирішення низки державних, регіональних, вузівських та виробничих проблем, зокрема:

- зростають масштаби та темпи розвитку наукомістких і екологічно чистих галузей економіки;
- розширюються експортні можливості;

- змінюється технічна та організаційна база наукових досліджень у вищих навчальних закладах;
- розширюється можливість плекання висококваліфікованих кадрів та появи нових шкіл;
- підвищується технічний рівень, якість та конкурентоспроможність продукції тощо.

При всій різноманітності поєднання функцій технопарків їх специфічною рисою є створення стартових умов для розвитку науково – технічного підприємництва, яке орієнтується, як показує зарубіжний досвід, не на великі науково – дослідні інститути і лабораторії, а на малі і середні, включаючи ризикові, інноваційні підприємства. З цією метою на території технопарків необхідно формувати так звані інкубатори або «оранжереї».

1. Віхров М. Шлях дракона. Чому іноземні інвестиції не панацея і як досягти справжнього економічного зростання / М. Віхров //Український тиждень, N14(542)6 - 12.04.2018

Рачинська Г. В., Бурда М. Б.
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

З проблемою фінансування стартапів зустрічається кожен під час розробки свого проекту. Знайти інвестора займає досить багато часу, а також необхідно витратити багато додаткових ресурсів для його заохочення. Однак появилася нова можливість створити та показати свій проект на спеціально відведених сайтах в інтернеті. При цьому публікування робіт може обійтися абсолютно безкоштовно чи за невелику платню. Такий новий спосіб залучення інвестицій отримав назву «краудфандинг». Завдяки йому можна не лише залучити необхідні кошти, а й подивитися на скільки твій проект цікавий іншим та чи буде він популярним.

Слово «краудфандинг» походить від англійського «crowd funding», що перекладається як «фінансування гуртом» або «фінансування громадою» і означає спільне фінансування людьми зі всього світу цікавих та корисних для суспільства проектів у різноманітних сферах: благодійність, мистецтво, спорт, освіта, урбаністика, наука, технології, політика, стартапи тощо [1].

В Україні почали стрімко з'являтися краудфандингові платформи. Першою краудфандинговою біржею була «Спільнокошт/BigIdea», заснована в 2008 р. За допомогою сайту більше ніж 11,5 тис. користувачів зібрали близько 3 212 тис. грн. та профінансували 54 успішні проекти. Першими успішними проектами «Спільнокошту» були медійні та освітні ініціативи. Сьогодні ця платформа більше звертає увагу на колективне фінансування інновацій в сфері ІТ, відновлюваної енергетики [2].

У світі існує дві моделі збору коштів. Відповідно до першої, розробник проекту збирає повну суму для фінансування проекту, а в разі недобору до потрібної межі, гроші спонсорів повертаються до них же. Ця модель користується більшою популярністю серед інвесторів ніж друга. В другому випадку автор приймає до фінансування стільки, скільки надійшло від спонсорів, працюючи з отриманою сумою грошей. Саме тому, розробники більше зацікавлені саме в ньому. Презентація свого проекту на краудфандинговій платформі має свої переваги, оскільки результатом є не лише залучені кошти, а й своєрідна реклама, котра надає переваги у майбутньому.

Наприклад: вихід продукту на новий ринок, залучення більш серйозних інвесторів та досягнення кращих результатів [3].

Значному поширенню краудфандингу в Україні заважають як суб'єктивні, так і об'єктивні причини, серед яких:

- відсутність відповідної нормативно-правової бази, яка б здійснювала регулювання у сфері краудфандингу. Це зумовлює високий рівень невизначеності для учасників: збір коштів може відноситися до інвестування, спонсорства, добродійності або просто пожертвувань;
- в умовах складної економічної ситуації і, як наслідок, низької платоспроможності населення переважна частина фінансових ресурсів спрямовується на споживання;
- прошарок населення з високими доходами не має економічної мотивації до колективних мікроінвестицій, оскільки винагороди в сфері краудфандингу не є високими та постійними;
- основою функціонування краудфандингу є наявність довіри як між прямими учасниками (авторами та інвесторами проектів), так і до спеціалізованої краудфандингової платформи, що виступає віртуальним фінансовим посередником. Оскільки в Україні рівень довіри до діяльності фінансових установ залишається вкрай низький, необхідною умовою для розвитку краудфандингу є наявність належного інформаційного забезпечення [4].

До започаткування вітчизняних платформ українці використовували міжнародні краудфандингові платформи, такі як Kickstarter, Indiegogo та GoFundMe, і надалі продовжують їх використовувати. Kickstarter та Indiegogo – це платформи з нефінансовою винагородою, якими переважно користуються бізнес-стартапи, хоча ті також підтримують і благодійні акції. Платформа безоплатного краудфандингу GoFundMe здобула популярність завдяки збору грошей під час Євромайдану та у зв'язку з кризою на сході України. Основні показники діяльності найбільших українських та міжнародних краудфандингових платформ відображені у табл. 1.

Таблиця 1

Показники діяльності українських та міжнародних краудфандингових платформ [5]

Назва платформи	Кількість підтриманих проектів	Зібрані кошти, дол. США	Кількість спонсорів	Рік заснування	Середня сума внеску, дол. США/ос.	Плата за подання проекту, % від вартості
<u>Українська біржа благодійності</u>	1 631	<u>3 581 171</u>	514 512	2011	6,96	0
<u>Спільнокошт</u>	156	367 551	21 448	2012	17,14	10-15
GoFundEd	20	22 165	550	2015	40,3	10
KickStarter	82	1 458 039	6 412	2010	227,39	5
Indiegogo	<u>2 300</u>	750 000	4 500	2008	166,67	<u>5</u>

Згідно з наявними даними у табл. 1, Українська біржа благодійності є провідною платформою за показниками коштів, зібраних для українських кампаній – за 7 років від моменту заснування платформи їй вдалося зібрати більше 3,5 мільйонів доларів США та стати лідером серед українських платформ за обсягом коштів, кількістю кампаній і благодійників. За обсягом коштів, зібраних для українських проектів, вона випереджає обох міжнародних лідерів краудфандингу – Kickstarter та Indiegogo.

Спільнокошту і нещодавно створеному GoFundEd, що представляють другий характерний для України тип платформи, спрямований на розвиток громади – вдалося залучити менше коштів і підтримати менше кампаній.

Краудфандинг може використовуватись як один із новітніх способів залучення коштів для фінансування стартапів. Однак, треба розуміти, що цей спосіб не може повністю замінити інвестування, бізнес-інкубатори та ринкові відносини, проте дозволяє перевірити ідею на комерційну доцільність та споживачів на зацікавленість нею, оскільки усіх інвесторів можна вважати першими користувачами інноваційного проекту.

1. Васильчук І. П. Краудфандінг як феномен постіндустріальної економіки / І. П. Васильчук // *Ефективна економіка : електр. наук. фах. вид. / Дніпропетр. держ. агр.-екон. ун-т. – Дніпропетровськ, 2013. – № 11.* 2. Петрушенко Ю. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін // *Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1.* 3. Краудфандинг як одна з реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.studentalmanac.online>. 4. Алексєєва Н. І. Краудфандинг: сучасні світові тенденції та перспективи поширення в Україні / Н. І. Алексєєва, І. В. Рибалка, Т. О. Полелюк // *Вісник Мукачівського державного університету. – 2016. – Випуск №6.* 5. З миру по нитці : Показники і тенденції українського краудфандингу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://voxukraine.org/uk/z-miru-po-nitsi-ua/>

Риженко О.Ю., Сагайдак М.П.

Криворізький економічний інститут
ДВНЗ “Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана”

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ВИРОБІВ З ПВХ-ПРОФІЛЮ

Споживач по праву вважається центральною фігурою усіх ринкових процесів, а його рішення – визначальним чинником у забезпеченні успіху виробничих і торговельних підприємств. В умовах посилення конкуренції швидких темпів впровадження та розповсюдження інновацій, розширення інформаційного простору та глобалізаційних процесів, суб’єктивна оцінка споживачами якості та рівня диференціації товару спричиняє все більший вплив на зміни конкурентних позицій підприємств на більшості ринків товарів і послуг. Неможливо забезпечити ефективну діяльність сучасного підприємства без дослідження потреб, смаків та уподобань його споживачів, особливостей їх поведінки та реакції на отриманий товар/послугу.

Дослідженню поведінки споживачів присвячені праці багатьох закордонних та вітчизняних вчених-економістів, а саме Г. Армстронга, Д. Блекуела, Дж. Енджела, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, А. Маслоу, Л. Балабанової, А. Войчака, О. Зозульова, В. Кардаша, Я. Ларіної, А. Мазаракі, А. Старостіної, А. Федорченка та інших.

Вказані вчені в своїх працях схожі у думці, відносно того, що розуміння мотивації і поведінки споживача та їх врахування при розробці товарів і заходів просування на ринок – це не питання вибору, а абсолютна необхідність для виживання в умовах конкуренції. Ми погоджуємось з таким твердженням, проте вважаємо, що головним завданням підприємства у дослідженні поведінкових реакцій споживачів є визначення ключових чинників, що мають найбільшу силу впливу на свідомий вибір споживача, і

розробка критеріїв для їх об'єктивного оцінювання.

Основним об'єктом маркетингових досліджень виступають індивідуальні споживачі, які купують товари та послуги для особистого або сімейного користування. Зміст маркетингових досліджень визначається товарною структурою і типом ринку. Підприємства, що виробляють споживчі товари, як правило, більше уваги приділяють вивченню споживчих переваг, можливостей збуту та реакції споживачів на нові товари, ефективності рекламних звернень.

Як зазначають Я. Ларіна та А. Рябчик, поведінкова реакція споживачів – це будь-яка розумова чи фізична діяльність, викликана маркетинговим стимулом [1, с. 103]. Підґрунтям для розробки критеріїв оцінювання поведінки споживачів є: 1) дослідження зовнішніх чинників; 2) результати аналізу уподобань покупців, їх реакцій на товар до купівлі (очікування), в процесі купівлі чи після купівлі (результат), а також набору чинників, що впливають на прийняття рішення про купівлю; 3) результати дослідження їх реакцій на маркетингові стимули, використовувані виробниками в межах товарної, збутової, цінової та комунікаційної політики; 4) оцінювання рівня задоволеності / незадоволеності [2].

На нашу думку, цільова аудиторія – це визначена за окремими ознаками група людей, яка цікавиться продуктом конкретного підприємства і хоче отримати переваги і додаткові вигоди, що надаються від його придбання. Поведінкової реакції цільової аудиторії на ринку, характер покупок визначається їх особовими, економічними, культурними, соціальними і психологічними чинниками, вивчення яких є найважливішою задачею маркетингових досліджень.

Виділяють кількісні та якісні методи дослідження поведінки споживачів. Одним з найголовніших етапів дослідження поведінки споживачів є визначення цільової аудиторії і складання портрету споживача.

Прикладом для аналізу нами взято мале підприємство, що функціонує на ринку м. Кривого Рогу, має невелику ринкову частку, повністю залежне від фактору сезонності та загальної нестабільної економічної ситуації в країні. Питання оцінки поведінкових реакцій покупців його продукції є для підприємства досить актуальним, адже воно намагається вижити та працювати в нестабільних умовах зовнішнього середовища. Єдиним варіантом для його стабільної роботи є орієнтація на потреби цільового споживача, тобто робота у напрямку збереження існуючих клієнтів, підвищення рівня їх лояльності та залучення за їх рекомендацією нових клієнтів.

Метою проведеного маркетингового дослідження поведінки покупців виробів з ПВХ-профілю на ринку м. Кривого Рогу є виявлення чинників, що впливають на її формування та побудова портрету споживача. Для дослідження ми використали один з методів кількісних досліджень – склали анкету із закритими запитаннями та провели опитування. Анкети заповнювали всі бажаючі клієнти. Загалом було опитано 100 респондентів.

Результати дослідження дозволили нам дійти наступних висновків. Вплив вирішальних факторів на прийняття рішення про купівлю металопластикових конструкцій з ПВХ-профілю на ринку м. Кривого Рогу розподілено наступним чином: «Ціна» та «Якість» – по 29% опитаних, «Хороший імідж компанії» 19% та «Поради знайомих» 13%, «Гарантійне обслуговування» та «Терміни виготовлення» 7% та 3% відповідно. Результати аналізу впливу вирішальних факторів на прийняття рішення про відмову від купівлі трохи збентежили. У більшості випадків від купівлі відмовлялися ті клієнти, які вирішальним фактором назвали «Якість». У таких випадках, напевно, була погана робота менеджера, який не представив продукцію на належному рівні. Фактор «Гарантійне обслуговування» набрав 20%, «Ціна» – 17%, «Терміни виготовлення» – 14%, «Поради знайомих» – 8%, на останньому місці «Поганий імідж компанії» – 7%. Більшість відповідей на запитання анкети були задовільними. Це означає, що підприємство має позитивний імідж серед клієнтів.

Здійснивши дослідження поведінки споживачів фірми можна побудувати портрет споживача. Це чоловіки віком від 36 до 55 років з вищою освітою. Щомісячний дохід яких коливається в діапазоні від 3000 до 5000 грн. Основна сфера діяльності – промисловість, а також фінансова і страхова діяльність. Це мешканці багатоквартирних будинків. Чинниками при купівлі продукції є фактори «Ціна», «Якість», «Хороший імідж компанії» та «Поради знайомих», саме на їх основі фірма повинна будувати комунікативні та партнерські взаємовідносини зі споживачами. Для таких споживачів придбання продукції фірми є повністю запланованою купівлею в середньому ціновому сегменті. Крім того, споживач готовий доплачувати певний відсоток вартості за більш якісне технічне обслуговування або додатковий сервіс при встановленні металопластикових конструкцій.

Фірмі необхідно працювати в напрямку задоволення конкретних потреб клієнта значущих для нього персонально, тобто застосовувати персональний підхід до кожного клієнта, не працюючи по «стандартним схемам» і не використовуючи масову індивідуалізацію послуги. Дирекції треба пам'ятати, що тривалі ділові стосунки з клієнтами збільшують частоту повторних покупок, замовлення додаткових послуг, зменшує їх намір змінити постачальника та підвищує їх лояльність.

1. Ларіна Я.С. *Поведінка споживача: навч. посібник* / Я.С. Ларіна, А.В. Рябчик. – К.: Академія, 2014. – 224 с. 2. Цимбал О.І. *Система показників кількісно-якісної оцінки поведінкових реакцій споживачів на ринку підприємств туристичної сфери* / О.І. Цимбал, Л.О. Василькевич // *Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка"* – 2012. – №2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=938>

Сахарницька Л.І.

Закарпатський регіональний Центр соціально-економічних
і гуманітарних досліджень НАН України

Ткачів С.М., Захарчук В.А.

Інститут агроєкології і природокористування НААН

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ЛІСОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Розвиток лісового господарства провідних держав світу здійснюється за інвестиційно-інноваційною моделлю, що формує додаткові ресурси соціально-економічного піднесення сільських територіальних громад та забезпечує збільшення інвестиційних можливостей суб'єктів лісогосподарського підприємництва. В той час в Україні спостерігається зменшення обсягів бюджетного фінансування, які спрямовуються на лісовідновлення, дефіцит інвестицій лісогосподарських підприємств, надмірна інституціональна звуженість спектра форм, методів та джерел інвестування лісогосподарських та лісоохоронних проєктів. Також до переліку небезпечних явищ і процесів можна зарахувати масову вирубку лісів, їх неощадне використання, високу частоту виникнення лісових пожеж, несприятливий вплив процесів потепління та ін. За цих умов необхідним є пошук ефективних шляхів та інструментів поліпшення ситуації. Одними з таких можуть бути засоби фінансового характеру, до числа яких варто зарахувати інвестиції у лісові ресурси та способи інноваційного розвитку. Адже найвагомішими факторами, які визначають конкурентоспроможність та фінансову стабільність підприємств в ринковому просторі є інновації та інвестиції.

Необхідність розвитку лісового сектору у інвестиційно-інноваційному напрямі розглядається у працях О.Голуба, В.Голяна, О.Дзюбенка, А.Карпука, І.Лицура, Я.Коваля, Є.Мішеніна, О.Фурдичка та інших.

Нові технології докорінно і швидко змінили та спонукали до піднесення рівня розвитку провідних вітчизняних сільськогосподарських підприємств. А впровадження нових технологій потребує фінансових інвестицій. Тому зволікання із впровадженням інноваційно-інвестиційної моделі у лісogосподарську діяльність є неприпустимим, оскільки спричинює гальмування її розвитку та економічну деградацію, що і обумовлює актуальність теми дослідження.

Підсумовуючи викладений матеріал, можна констатувати, що є гостра необхідність активізації інвестиційної діяльності в галузі, впровадження інновацій та покращення інформаційно-комунікаційного зв'язку між установами лісogосподарського комплексу. Для цього необхідно залучати інвесторів. Підвищення конкурентоспроможності лісового господарства можливе також за рахунок імплементації інструментів Спільної аграрної політики.

Розвиток інновацій потребує великих інвестицій, які не може повністю забезпечити держава. В Україні давно постала необхідність інвестиційного забезпечення розвитку окремих секторів національної економіки, зокрема лісового сектору. Це пов'язано з: застарілою техніко-технологічною базою промислового виробництва; розбудовою виробничої та невиробничої інфраструктури; активізацією інноваційної діяльності та використанням передового досвіду інформаційного забезпечення суспільного відтворення.

Основними проблемами інвестиційно-інноваційного забезпечення розвитку суб'єктів лісogосподарського підприємництва є низький рівень концентрації капітальних інвестицій і оновлення, реконструкції та технічного переоснащення лісogотівельного та деревообробного обладнання, недостатність бюджетного фінансування лісogодновлювальних робіт; дефіцит інвестиційних ресурсів державних лісogосподарських робіт; «нездорова» інвестиційна політика приватних деревообробних підприємств.

Основними етапами удосконалення інноваційно-інвестиційної політики у сфері лісogосподарської діяльності повинні бути покращення інвестиційного клімату шляхом імплементації у вітчизняну практику апробованих за кордоном управлінських методів, упорядкування національного ринку лісogодукції та стимулювання лісogосподарських підприємств до збільшення інвестиційних вливань у нарощення лісogоресурсного потенціалу, усунення рентної привабливості господарського освоєння лісogоресурсної бази і спрямування тим самим вектору інвестиційної активності на комплексну переробку деревини. Доцільним вважається формування партнерських відносин між державою як власником переважної більшості лісових активів в особі державних лісogосподарських підприємств з суб'єктами приватного підприємництва та бізнесовими структурами, які тривалий період працюють на ринку лісogодукції та беруть участь у переважній більшості фаз лісogодуктового ланцюга. Адже, це забезпечить залучення додаткових інвестицій у лісogосподарську сферу на основі інтеграції державних лісogосподарських підприємств, дасть можливість накопичувати достатні обсяги капітальних інвестицій для реалізації капіталомістких лісogосподарських та деревообробних проектів, зокрема будівництва лісogопереробних центрів, які дозволять забезпечувати комплексне використання відходів лісogосичного виробництва на територіях, які є ареалами діяльності кількох державних лісogосподарських підприємств. Вирішення вищезгаданих проблем сформує підґрунтя для прискореного впровадження інноваційних технологій лісogогодновлення та деревообробки, що зведе до мінімуму втрати лісogосировини та підвищить рівень капіталізації лісogосподарських активів, які залучаються у відтворювальний процес.

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ДО СУЧАСНИХ ПОТРЕБ МЕНЕДЖМЕНТУ

Сучасний світ переживає складний період радикальних трансформацій, неоднозначних за своїми наслідками, які торкаються основ економічних систем різного рівня, що проявляються в зниженні їх системної стійкості і супроводжуються кризовими явищами. За таких умов, відбувається формування нового типу суспільства – інформаційного.

Загальна тенденція використання інформаційних технологій зумовлює перехід від традиційної до нової інформаційної економіки з формуванням глобальної ІТ-інфраструктури. Сучасні користувачі все більше і більше потребують он-лайн інформації в тому числі фінансово-облікової. Бізнес змінює традиційну і основну функцію бухгалтерів в організаціях ведення обліку та звітності. Разом з тим спостерігається системна, методологічна криза бухгалтерського обліку, оскільки наука бухгалтерський облік не володіє об'єктивною теорією і методологією, яка була б адекватною вимогам сучасності. Це зумовлює необхідність перегляду його теоретичних та методологічних цінностей, конструкцій, що поступово втрачають свою значимість. Бухгалтерський облік повинен адекватно відображати всі існуючі процеси і явища, що відбуваються на підприємстві, тому виникає необхідність приведення його теорії та методології до вимог інформаційної економіки.

На жаль, принципово нових концепцій бухгалтерського обліку досі немає. Зміна вектору теоретичних досліджень на Заході з нормативних на позитивні (управлінський облік, стратегічний облік) не сприяла створенню інноваційних базових теорій бухгалтерського обліку, оскільки ці дослідження проводяться в межах існуючої парадигми.

У свою чергу, вітчизняна облікова думка значною мірою перебуває під впливом теоретичних основ радянського бухгалтерського обліку (предмет, вісім елементів методу тощо) і продукує переважно неконструктивні теоретичні твердження нормативного характеру.

У межах існуючої парадигми вирішити проблеми актуальності облікової інформації неможливо. Тому є побоювання, що у XXI столітті бухгалтерський облік остаточно втратить своє значення для управління і буде орієнтованим винятково на забезпечення податкових розрахунків.

Проте, навіть у цьому випадку, це ще не означатиме зникнення потреби в економічній інформації про діяльність суб'єктів господарювання. Більше того, з цього приводу П. Друкер зазначав, що у XXI столітті критично важливим є не розвиток інформаційних технологій, а радикальна зміна традиційної інформаційної системи - бухгалтерського обліку[1].

Виклики які слід вирішити в рамках трансформації системи бухгалтерського обліку, це задоволення сучасних потреб менеджменту.

Інформатизація сучасної економіки і суспільства в цілому вимагає перегляду традиційних підходів до управління підприємством. Відповідно завданнями обліку є надання інформації, яка спрямована на прийняття управлінських рішень за напрямками:

- 1) адаптація компанії до зовнішнього середовища;
- 2) інтеграція внутрішнього середовища компанії.

Як відмічає Кузнецова С.А. складовими розвитку бухгалтерського обліку в управлінні економічними суб'єктами в Україні повинні бути [2]:

- оцінка майбутніх витрат і прийняття управлінських рішень;
- бухгалтерський облік в управлінні вартістю економічного суб'єкту;
- збалансована система показників у стратегічному управлінні економічним суб'єктом;
- бухгалтерський облік при прийнятті екологічних рішень;
- бухгалтерський облік при прийнятті соціальних рішень;

- бухгалтерський облік в управлінні ризиками економічного убі'єкта;
- якість облікової інформації та бухгалтерського обліку.

У свою чергу ефективність бухгалтерської управлінської звітності доцільно розглядати з позиції спроможності формування якісного інформаційного забезпечення користувачів при прийнятті управлінських рішень.

Сучасний бухгалтер-професіонал має справу не тільки з веденням бухгалтерських записів. Він, як правило, зацікавлений у встановленні зв'язків між фінансовими результатами і тими подіями, які призвели до таких результатів.

Обліковець постійно вивчає альтернативні шляхи ведення справи і повинен використовувати свій досвід для допомоги керівництву та власникам, підприємствам у виборі найкращого варіанту дій.

Слід звернути увагу на проблему підвищення якості викладання що є нагальною для усіх ВНЗ України. Ситуація з дисциплінами спеціальності «Облік і оподаткування» ускладнюється тим, що їх інформаційний контент оновлюється щодня, оскільки спирається на законодавчу базу, а відтак елементи методичних комплексів застарівають, не встигши дійти до друкарні. Звідси, якість викладання за спеціальністю «Облік і оподаткування» повинна ґрунтуватися на «in-time» - парадигмі – донесення інформації до студентів своєчасно та максимально наближено до реальних умов.

У формуванні практичних компетенцій фахівців спеціальності «Облік і оподаткування» чільне місце належить дисципліні «Облік і звітність в оподаткуванні», що на сьогодні є однією з основних профільних дисциплін для підготовки бакалаврів за фаховим спрямуванням «Облік і оподаткування». Важливість ґрунтовних знань з організації обліку і звітності в оподаткуванні для облікових працівників не викликає сумнівів. Адже жорсткий контроль з боку держави за правильністю обчислення, сплати і звітності щодо податків, зборів спонукає господарюючих суб'єктів чітко дотримуватись вимог ведення обліку і складання звітності в оподаткуванні, встановлених податковим законодавством.

Більшість податкових декларацій платники податків (податкові агенти) подають лише в електронній формі, тому підготовка висококваліфікованих кадрів, зокрема фахівців із спеціальності «Облік і оподаткування» потребує використання у навчальному процесі сучасних інформаційних технологій.

Для забезпечення формування системних та поглиблених професійних компетенцій з питань оподаткування, як вагової складової підготовки фахівців спеціальності "Облік і оподаткування" та розширення вибору їх професійних свобод, вважаємо за необхідним запровадити (відновити) в освітній процес:

Ø запровадити спеціалізовані програмні продукти для формування та подання податкової звітності

Ø запровадити інтерактивні технології, які на сучасному етапі стають новим освітнім стандартом Smart-освіта, smart-education. Особливість smart-education полягає: в доступності знань, швидкому оновленні освітнього контенту, оцінки змін і компетенцій (вебінари, відкриті онлайн ресурси), впровадженні інструментів самодіагностики; пришвидшувати вливання майбутніх випусників у бізнес-середовище, яке постійно змінюється та рухається, трансформації студента із пасивного споживача знань в активного співучасника освітнього процесу, підвищенні інноваційної продуктивності викладача.

Використання окреслених припущень дозволяє побудувати загальну інтегровану систему бухгалтерського обліку, яка ґрунтується на потребах суспільства, менеджменту усіх рівнів, враховує певну ризиковість і нестабільність розвитку та ускладнення систем на макрорівні (соціальних, політичних, фінансових, інформаційних), що є притаманним сучасному світу, та природні еґоїстичні властивості власників бізнесу та менеджерів компаній.

1. Друкер Питер. *Задачі менеджмента в XXI веке.: Пер. с англ. / Питер Друкер : – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.– 272 с.* 2. *Трансформаційні перетворення*

обліково-аналітичного забезпечення управління в умовах євроінтеграційних процесів : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 110-річчю ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» та 20-річчю Федерації професійних бухгалтерів і аудиторів України // Кузнецова С.А. Бухгалтерський облік майбутнього: теорія хаосу та інформаційна асиметрія. — К. : КНЕУ, 2016. С.60-63

Селюченко Н. Є.

Національний університет «Львівська політехніка»

ВІТЧИЗНЯНІ УНІВЕРСИТЕТИ ЯК ЦЕНТРИ ФОРМУВАННЯ СТАРТАПІВ

Успіхів у подоланні соціально-економічних проблем та розвитку інноваційної економіки в Україні можна досягти насамперед шляхом використання креативного потенціалу молодих людей. Наразі свою креативність українці можуть якнайповніше реалізувати в ІТ-сфері. Сьогодні цю сферу часто називають локомотивом вітчизняної економіки: створює близько 4 % ВВП; за обсягами експорту займає третє місце; налічує близько 100 тисяч працівників; щорічний приріст спеціалістів сягає в середньому 15 %. Разом з тим, більшість працівників цієї галузі є сировиною для іноземних продуктів, оскільки виконують завдання на умовах аутсорсингу [1; 2].

Сучасні світові тенденції відображають суттєві зміни на ринку праці: компанії починають активно використовувати технології штучного інтелекту, через що частина співробітників втрачає роботу; у США, Індії уже формується негативна тенденція щодо скорочення працівників у сфері ІТ. У конкуренції зі штучним інтелектом основними перевагами людини виступають естетичне чуття та креативність. Тому модель технічної освіти STEM (наука, технології, інжиніринг та математика) поступово замінюють на систему STEAM (А – “art” – мистецтво) [1].

Одним з напрямів покращання якості вітчизняної освіти є орієнтація на розвиток та використання творчих здібностей університетської молоді. Ефективним вирішенням цієї проблеми є участь у стартапах. Сьогодні в Україні налічують майже 2000 стартапів, і їхня кількість постійно зростає. За останні п'ять років українським стартапам вдалося залучити понад 400 млн доларів [3]. За розрахунками голови ГО «Платформа інноваційного партнерства» (УЕР) Андрія Заїкіна, з понад 350-ти тисячі молодих людей, які щорічно завершують навчання в українських вишах, більше 30-ти тис. можуть мати схильність до підприємництва, а 750 з них – запропонувати власні стартапи. З метою реалізації такого потенціалу студентської молоді 12 березня 2018 року керівники МОН та УЕР підписали Меморандумом про співробітництво та взаємодію, яким передбачено розвиток мережі бізнес-інкубаторів у вітчизняних вишах. Сьогодні бізнес-інкубатори УЕР уже працюють у 10 вишах України. Долучитися до проекту планують ще 10-15 університетів. Фахівці стверджують, що за активної підтримки міністерства освіти, адміністрації вишів, викладачів та студентів, а також розвитку інфраструктури у найближчі 2-3 роки вітчизняні університети можуть стати центрами формування стартапів [4; 5].

1. Хочу бути айтішником і заробляти \$2 тис. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://espresso.tv/article/2017/11/22/chomu_vam_ne_potribna_it_osvita_pryнаймні_tradyciy_na_tekhnichna. 2. Селяни без майбутнього, або Як ІТ врятує агросектор [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/02/7/633808/>

3. Українські стартапи за п'ять років мають \$400 млн. [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://ua.korrespondent.net/business/financial/3952574-ukrainski-startapy-za-piat-rokiv-zaluchyly-400-mln>. 4. В українських вузах можуть створювати декілька сотень стартапів щороку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://innovationhouse.org.ua/ru/statti/v-ukraynshyh-vuzah-mogut-sozdavat-neskolko-soten-startapov-ezhegodno/> 5. Стартапи та інноваційне підприємництво у вишах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/Startapy-i-innovacionnoe-predprinimatelstvo-v-vuzax?from=balance.ua>.

Склярук Т.В., Рубаха Н.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЯКІСТЬ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Якість трудового життя – це інтегральне поняття, яке різносторонньо характеризує рівень цілісного добробуту працівника.

На нашу думку, сучасну епоху можна охарактеризувати як еру індивідів. Серед усього потоку інформації, розвитку науки та техніки, вдосконалення та зміни політичних, економічних, екологічних процесів, на першому місці все ж стоїть людина – особистість у своїй оригінальності, що власною поведінкою дає розуміти свою важливу причетність до будь-яких змін та відповідно потребу у забезпеченні її вимог. Саме за таких умов поняття «якість трудового життя» стає на перші позиції у реалізації суспільних проектів на засадах соціально-трудова відносин загалом та формуванні даної концепції на кожному підприємстві зокрема.

До основних параметрів, які характеризуватимуть рівень якості трудового життя можна віднести: умови та організація праці; керівництво; колектив; політика розвитку працівників; матеріальне стимулювання; сфера діяльності; нормування праці та відпочинку.

У межах даних факторів проводяться дослідження, що аналізують рівень задоволеності працівників, який корелюється стосовно якості трудового життя (див. рис. 1). На даному етапі вивчення цієї проблеми перебуває на примітивному рівні, базуючись лише на малочисельних вибірках та стандартному анкетуванні. Проте, саме це і може стати поштовхом до глобальнішого дослідження проблеми, і відповідно до сприйняття її важливості та впровадження методів задля реалізації.

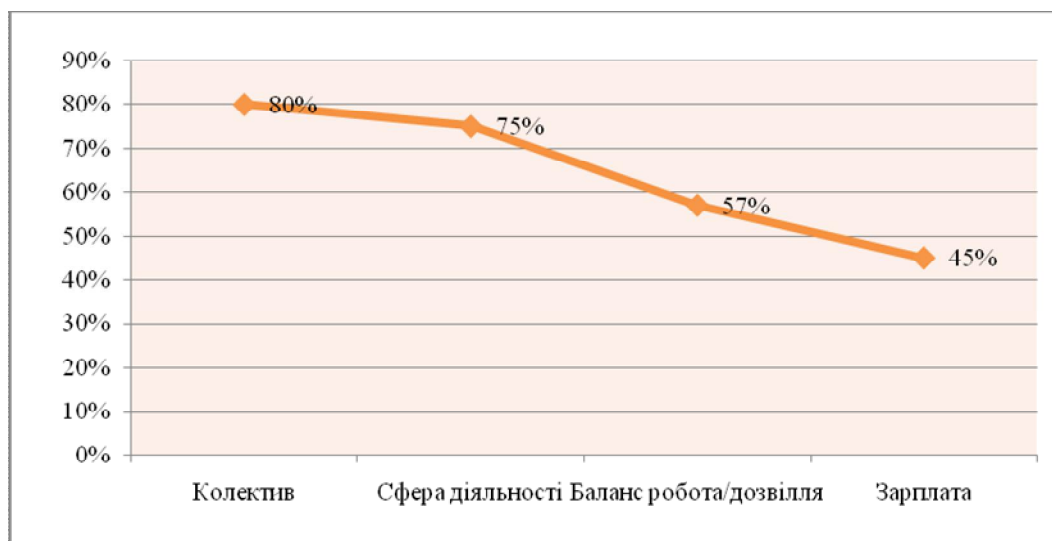


Рис.1 Рівень задоволеності українців роботою [1]

Якість трудового життя абсолютної більшості найманих працівників України потребує вдосконалення. Шляхи її досягнення для кожного підприємства формуються на основі власної стратегії розвитку, концепції корпоративної культури, адміністративно-управлінських методах та тенденціях розвитку. Проте можна виокремити загальні напрямки, що діють єдиним механізмом вдосконалення якості трудового життя, незалежно від самобутності внутрішнього середовища організації [3]: забезпечення безпеки і комфорту; підвищення участі працівників; матеріальна винагорода; відкрите спілкування; кар'єрний ріст.

Робота є невід'ємною складовою нашого повсякденного життя. У середньому ми витрачаємо приблизно третину життя на роботу, що безпосередньо впливає на загальну якість нашого життя, тому аналізована концепція стає важливим аспектом у формуванні індивіда зокрема та потенціалу суспільства в цілому.

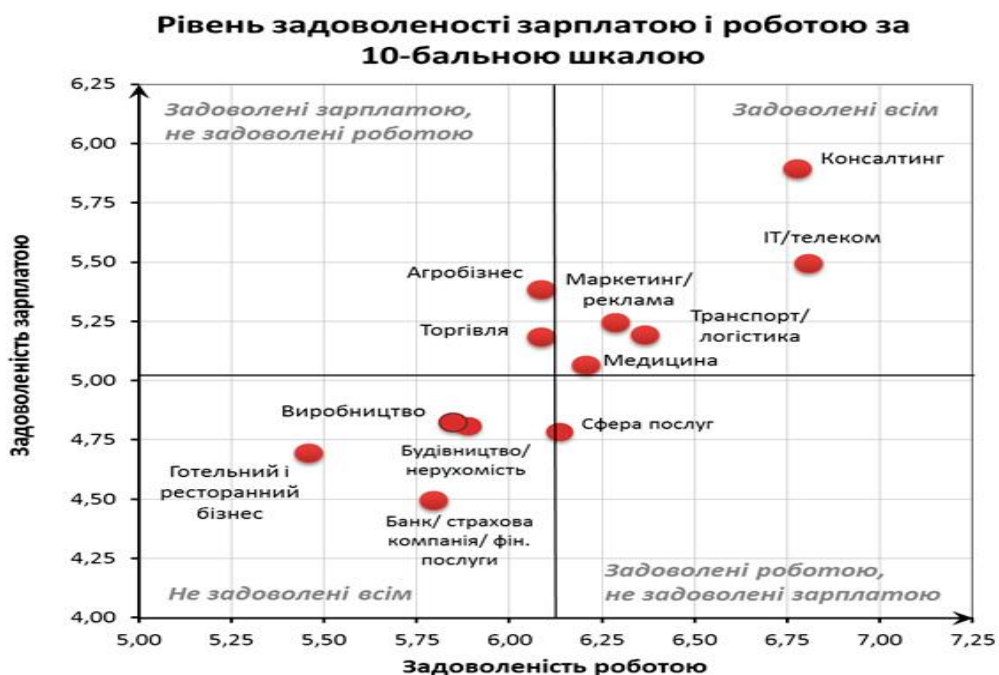


Рис. 2 Рівень задоволеності українців зарплатою і роботою за 10-бальною шкалою [2]

Отож, суспільний розвиток, корпоративний прогрес та соціальний добробут – це сукупність тих категорій, формування яких потребує удосконалення якості трудового. Слід також відмітити, що в проблемі недосконалості сфери соціальних стосунків, яка ґрунтується та методах традиційного управління, приділено недостатньо уваги людським цінностям. У нинішньому сценарії потреби та прагнення працівників стають одним з найважливіших завдань для роботодавців.

1. Чи задоволені українці своєю роботою [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.nielsen.com/ua/uk/insights/reports/2015/Jobs-atisfaction-survey.html>.
2. Зарплата і робота: що влаштовує більше? [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.kadrovik.ua/novyny/zarplata-i-robota-shcho-vlashtovuiе-bilshe>.
3. Quality of work life [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/human-resources-hr-terms>.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Слід відмітити, що на сьогоднішній день стан ринку праці характеризується наявністю низки проблем, які заважають нормальному соціально-економічному розвитку як усієї країни, так і її окремих регіонів. Актуальними лишаються проблеми економічної активності населення, кількісно-якісного дисбалансу між пропозицією та потребою у робочій силі, низького кваліфікаційного рівня незайнятого та працюючого населення, а також проблеми зайнятості молоді та інвалідів (порівняно низький рівень освіти інвалідів і їх професійної підготовки, недостатній рівень підтримки тих, хто вперше виходить на ринок праці (випускників навчальних закладів), недостатня кількість робочих місць, на яких може бути задіяна праця інвалідів, нелегальні зовнішні трудові міграції, неформалізовані внутрішні трудові міграції та тіньовий ринок праці [1].

Тому, досліджуючи ринок праці, можна виділити три основні проблеми:

1. Нелегальна праця громадян України поза межами країни. Точної інформації стосовно чисельності трудових мігрантів немає, багато громадян України працюють у Польщі, Італії, Португалії, Греції, Росії, Білорусії. За таких умов питання трудової міграції повинні строго регулюватися державою в напрямі сприяння створенню необхідних робочих місць, формування системи справедливої заробітної плати, створення безпечних умов праці працівників тощо.

2. Низький рівень середньої заробітної плати. Середня зарплата в Україні становить близько 323 доларів. Згідно з новим звітом ООН за величиною середньої заробітної плати працівників у 72 країнах світу, середня заробітна плата працівників становить 1 480 доларів США.

3. Зайнятість молоді – молодіжне безробіття в Україні сягає 31 % від загальної кількості безробітних по всіх групах. Це зумовлено наявністю дисбалансу між попитом на робочу силу з боку роботодавців та пропозицією, представленою фахівцями, що виходять із професійно-технічних та вищих навчальних закладів освіти; низькою мотивацією праці таких осіб; недостатньою конкурентоспроможністю на ринку праці через відсутність потрібних навичок. Незадоволеним залишається попит на газоелектрозварників, технологів, механіків, будівельників, в той час як без працевлаштування залишаються молоді фахівці таких професій, що є надлишковими на ринку праці: економісти, бухгалтери, юристи, оператори комп'ютерного набору, педагоги, психологи.[3]

За останніми даними Державної служби статистики, чисельність безробітного населення України віком від 15 до 70 років, визначений відповідно до методології Міжнародної організації праці (МОП) у 2017 році становила 1,7 млн осіб. Серед безробітних найбільшу частку займають особи віком від 15 до 29 років, а саме 31%, 28% – особи у віці від 30 до 39 років, 24% - у віці від 40 до 49 років.

В Україні рівень безробіття за методологією МОП у 2017 році становив 9,5% економічно активного населення, а у 2016 році – 9,3%. Скорочення рівня безробіття відбулося в 13 регіонах. [2]

Найнижчий рівень безробіття спостерігався у Харківській (6,1%), Київській (6,5%), Одеській (7,3%) областях та місті Києві (6,9%), а найвищий – у Кіровоградській (12,2%), Волинській (12,5%), Донецькій (14,6%) та Луганській (16,6%) областях.

Рівень зайнятості населення – один із найважливіших макроекономічних показників, який впливає на економічний та соціальний розвиток країни. Він визначається ступенем розвитку економіки і відповідно її потребою в робочій силі,

статеві-віковою структурою населення, рівнем охорони здоров'я, законодавчо-правовою базою у сфері соціально-трудова відносин.

Згідно з статистичними даними чисельність зайнятого населення у 2017 році становила 16,2 млн осіб (у 2016 році – 16,3 млн осіб).

За професійними групами: 40% зайнятих становили керівники, службовці, професіонали та фахівці, майже 20% – особи, що займали робочі місця, які належать до класу найпростіших професій, 17% – працівники сфери торгівлі та послуг, 13% – кваліфіковані робітники з інструментом та сільського господарства, 11% – робітники з обслуговування та машин.[2]

Рівень зайнятості скоротився з 56,3% до 56,1%. При цьому, в 13 регіонах рівень зайнятості зріс, найбільш суттєво в Харківській (з 59,7% до 60,6%), Хмельницькій (з 53,9% до 54,7%), Полтавській (з 53,3% до 54,0%) та Сумській (з 56,8% до 57,4%) областях.

Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Києві (61,8%), Харківській (60,6%), Дніпропетровській (58,0%), Київській (58,0%) та Сумській (57,4%) областях, а найнижчий – у Тернопільській (51,4%), Донецькій (49,4%) та Волинській (48,8%) областях.

Отже, за сучасних умов пріоритетними напрямками розвитку українського ринку праці повинні стати: вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп; підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, перекваліфікація працівників, якісна освіта, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва; розробка та прийняття державою відповідних юридичних, трудових, фіскальних законодавчих актів.

1. Духняк Т.О. Аналіз ринку праці та перспективи його розвитку // Управління розвитком. – 2014. - №1 – с.3-5. 2. Офіційний сайт Державної служби зайнятості: Електронний ресурс:[<https://www.dcz.gov.ua/>]. 3. Балановська Т.І., Гоголя О.П., Драгнева Н.І. Ринок праці: реалії і перспективи / Т.І. Балановська, О.П. Гоголя, Н.І. Драгнева. – Київ: Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2012. – С. 17-23.

Совершенна І.О.

Київський національний торговельно-економічний університет

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ДОСВІД ОКСФОРДСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Сьогодні перед університетами світу стоїть актуальна проблема – комерціалізація свого наукового продукту, ефективна його реалізація в промислових масштабах. Різні університети вирішують її по-різному.

Як відомо, основними *формами комерціалізації* є: а) одержання роялті від використання прав інтелектуальної власності; б) створення нових компаній, заснованих на технологіях; в) дослідницькі контракти із приватними клієнтами.

У більшості зарубіжних університетів існують офіси (центри) ліцензування / трансферу / комерціалізації технологій: Technology Licensing Offices – TLO, Technology Transfer Offices – ТТО, та ін. Історія їх виникнення нараховує більше 40 років. Назви відрізняються, але сутність одна. *Офіс технологічного ліцензування* – організація або

структурний підрозділ організації, орієнтований на комплексне і системне управління результатами наукових досліджень, від створення об'єктів права інтелектуальної власності до їх комерціалізації і введення в господарський обіг, переважно у вигляді укладання ліцензійних договорів і/або відкриття стартап-компаній. [1, с.7]. Університети України почали створювати подібні офіси / центри біля 10 років тому.

Уявляється цікавим дослідити досвід управління процесами комерціалізації інтелектуальної власності найвідомішими зарубіжними ВНЗ, і виробити рекомендації для вітчизняних університетів. Почнемо із Оксфордського університету у Великобританії (University of Oxford), який стабільно займає лідируючі позиції в престижних рейтингах університетів світу, іноді поступаючись, а іноді обганяючи своїх найближчих конкурентів – Кембридж і Гарвард. В рейтингу The World University Ranking 2016 і 2017 року цей університет зайняв 1 місце в світі [2].

Під *ефективністю комерціалізації технологій* розуміють перш за все комерційний ефект, дохід від передачі (використання, залучення) інтелектуальної власності для виробництва та реалізації товарів і послуг із урахуванням усіх витрат.

Інформація про діяльність офісів технологічного ліцензування університетів викладена на офіційних сайтах. Виділяють три рівні ринкової орієнтації офісів з ліцензування: міжнародний, регіональний, тематичний.

Oxford University Innovation Ltd, створена в 1988 р. як комерційна компанія з передачі технологій і яка спочатку належала Оксфордському університету, має міжнародний фокус. З часом *Oxford University Innovation Ltd* еволюціонувала і розділилась на два відділи: *Oxford University Consulting* і *Isis Enterprise* (остання в 2017 році змінила назву на *Oxentia*, вийшла з університету і стала окремою компанією) [2].

За останні вісім років Оксфордський університет вклав 14,8 млн. фунтів стерлінгів в патенти через посередництво *Oxford University Innovation* і отримав в обмін 100 млн. фунтів стерлінгів у вигляді ліцензійних платежів. Сьогодні *Oxford University Innovation* управляє більш ніж 1300 патентами і патентними заявками університету Оксфорда, а також більш ніж 600 активними ліцензійними угодами [2].

З 1997 року *Oxford University Innovation* надала допомогу у формуванні більш ніж 80 дочірніх компаній Оксфордського університету, значно збільшивши вартість пакетів акцій університету. Відомі створені нею spinouts компанії: SummIT (2003), *Oxford Immunotec* (2002), *Velocys* (2005) та ін. *Oxford University Innovation* залучила для своїх компаній понад 335 млн. фунтів стерлінгів у вигляді прямих інвестицій.

Результати діяльності *Oxford University Innovation* за останні роки висвітлені на сайті компанії [2]. Ключові з них наведемо в таблиці 1.

Таблиця 1

Ключові результати діяльності *Oxford University Innovation* у 2014-2017 рр.*

Показники	Роки			
	2014	2015	2016**	2017
1. Отримано загальних доходів, млн. фунтів стерлінгів	14,5	24,6	22,2	18,7
2. Повернулось до Оксфордського університету і його дослідників, млн. фунтів стерлінгів	6,7	13,6	9,6	8,0
3. Кількість створених spinouts компаній, од.	8	5	21	19
4. Укладено угод (ліцензій на технології, консультаційних угод), од.	498	597	855	685
5. Отримано патентів і патентних заявок на винаходи для оксфордських дослідників, од.	2211	2490	2873	3425
6. Обсяг фінансування досліджень, виграних оксфордськими дослідниками з прямою підтримкою компанії, млн. фунтів стерлінгів	19	25	24	23

* складено автором за [2],

** за 16 місяців (15 квітня – 16 липня).

Як бачимо з таблиці, в 2017 році Oxford University Innovation отримала загальних доходів 18,7 млн. фунтів стерлінгів; 8,0 млн. фунтів стерлінгів повернулось до Оксфордського університету у вигляді ліцензійних платежів; були створені 19 spinouts компаній; заключено 685 угод; отримано 3425 патентів і патентних заявок на винаходи для оксфордських дослідників; профінансовано досліджень на 23 млн. фунтів стерлінгів.

Oxentia, яка в даний час вже є окремою компанією, зазнала значних змін і розвитку протягом 2017-18 років, з перетворенням бренду та подальшим виходом з Оксфордського університету, що дозволило розширити свою присутність у Великобританії та світі. Після переходу Oxentia стала розширювати партнерство з комерціалізації з британськими університетами: університетом Кренфілда (Cranfield University), Вестмінстерським університетом (University of Westminster), Відкритим університетом (Open University), університетом Халл (University of Hull) та Шеффілд Халламським університетом (Sheffield Hallam University) [3].

Таким чином, Оксфордський університет має значні успіхи у сфері комерціалізації. Про ефективність комерціалізації технологій університетом в 2017 році говорять: кількість укладених ліцензійних і консультаційних угод (685); кількість новостворених spinouts компаній (19); дохід від ліцензування (8,0 млн. фунтів стерлінгів); загальний дохід за рік (18,7 млн. фунтів стерлінгів). Технологічне ліцензування і створення університетом spinouts компаній, є одними із найбільш ефективних способів комерціалізації результатів наукової діяльності. Розвиток відділу технологічного ліцензування Оксфордського університету за 30 років із невеликого офісу до двох підрозділів, один із яких з часом перетворився в окрему малу компанію, а також стабільне забезпечення університету доходами, свідчать про те, що подібна практика є ефективною і має бути впроваджена в Україні.

1. Цибульов П.М. *Офіс управління інтелектуальною власністю: створення, робота, ефективність.* / П.М.Цибульов, В.П. Чеботарьов. – К.: УкрІНТЕІ, 2016. – 186 с. 2. *Oxford University Innovation Ltd [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <https://innovation.ox.ac.uk/news/isis-enterprise-oxentia>. 3. Совершенна І.О. *Методичні підходи до оцінювання ефективності трансферу технологій в Україні.* / І.О. Совершенна. *Ефективна економіка.* – 2017. – №5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5598>.

Степура Н.Л.
ІТ- компанія GlobalLogic

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ПРОГНОЗУВАННЯ КУРСУ БІТКОЇНУ МЕТОДАМИ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ

Урізноманітнення освітніх технологій та пришвидшений розвиток інформаційних засобів розширюють можливості розробки продуктів інтелектуальної власності в університетах та подальшої їх комерціалізації.

Передбачення фінансових часових рядів – необхідний елемент будь-інвестиційної діяльності. Сама ідея інвестицій – вкладення грошей зараз з метою отримання доходу в майбутньому – ґрунтується на ідеї прогнозування майбутнього. Будь-яке завдання, пов'язана з маніпулюванням фінансовими інструментами, є з ризиком і вимагає ретельного розрахунку і прогнозування.

У даному дослідженні нами пропонується використання штучних нейронних мереж при прогнозуванні курсів криптовалют, а конкретніше, Bitcoin'у.

Bitcoin сьогодні володіє найбільш розгалуженою і великою мережею і є найбільш ліквідною криптовалютою. Bitcoin нематеріальний і не прив'язаний до будь-яких державних валют, дорогоцінних металів або природних ресурсів. Курс біткоїну надзвичайно рухливий і визначається виключно балансом попиту і пропозиції. Обороти валюти не контролюються будь-якими органами, відомствами або організаціями і здійснюється виключно між гаманцями учасників мережі. Скасування транзакції монет неможливе. Обсяг емісії біткоїну обмежений загальним числом монет в 21 мільйон [1].

У сучасній економічній науці існує два основні методи побудови прогнозів: фундаментальний аналіз та технічний аналіз. Коротко ці два методи можна описати таким чином: фундаментальний аналіз вивчає причини, які рухають ціни, а технічний вивчає самі цінові рухи, абстрагуючись від причин, що їх породили. Методи штучних нейронних мереж поєднують ці два підходи.

Нейромережевими технологіями називають комплекс інформаційних технологій, заснованих на застосуванні штучних нейронних мереж. Штучні нейронні мережі (ШНМ) – це програмно або апаратно реалізовані системи, побудовані за принципом організації та функціонування їх біологічного аналога – нервової системи людини. Деякі переваги нейронних мереж перед традиційними обчислювальними системами полягають у можливості вирішення задач при невідомих закономірностях, стійкості до шумів у вхідних даних та ін.

ШНМ набули найбільшого поширення в області прогнозування динамічних показників, вони успішно застосовуються для вирішення цілих класів економічних завдань. До теперішнього часу розроблено безліч моделей для вирішення задачі прогнозування часового ряду, серед яких найбільшу застосовність мають авторегресійні і нейромережеві моделі. Істотним недоліком авторегресійних моделей є велика кількість вільних параметрів, що вимагають ідентифікації. На відміну від технічного аналізу, заснованого на загальних рекомендаціях і досвіді трейдера, нейромережі здатні будувати оптимальну модель прогнозування, більш того, така модель адаптивна і змінюється разом з ринком, що особливо важливо для сучасних високодинамічних фінансових ринків.

Завдяки своїй гнучкості як аппроксиматорів функцій, ШНМ є надійними у задачах, пов'язаних з класифікацією закономірностей, оцінкою неперервних змінних та прогнозування часових рядів. У останньому випадку, ШНМ пропонує декілька потенційних переваг порівняно з альтернативними методами, коли мова йде про вирішення проблем, пов'язаних з нелінійними даними, які не відповідають нормальному розподілу. Перша перевага полягає в тому, що ШНМ є надзвичайно універсальними, не вимагаючи формального визначення моделі або виконання певного розподілу ймовірностей для даних. Що стосується другої переваги, то ШНМ здатні краще справлятися з наявністю хаотичних компонентів (так званого шуму, який присутній у майже всіх часових рядах), ніж більшість альтернативних методів.

Найбільш широко використовуваною архітектурою нейронної мережі для прогнозування часових рядів є MLP (Multilayer Perceptron – багатошаровий перцептрон). Проте останні дослідження підтвердили відмінну продуктивність інших моделей нейронних мереж у порівнянні з моделлю MLP для цього типу завдань, з яких найбільш широкоживаною моделлю є рекурентна модель нейронної мережі.

Виконання завдання було здійснено мовою програмування Python, при цьому реалізовано весь цикл дослідження, в той час, як бібліотеки Numpy, SciPy та Pandas були дуже корисними у підготовці даних. В свою чергу keras була застосована для власне аналізу даних. Зручну ж візуалізацію було забезпечена бібліотекою matplotlib.

Створена програма є реалізацією моделі рекурентної нейронної мережі. Перш ніж побудувати модель, ми повинні отримати для неї деякі дані. Для цього була використана відкрита база даних веб-сервісу Kaggle, який містить щохвилинні ціни на біткоїни (плюс деякі інші фактори) за останні кілька років. За цей часовий період шум міг переважити необхідний нейронній мережі сигнал, тому замість даних за кожну хвилину будемо

завантажувати подібні показники. Крім того, програма не покладається на статичні файли з даними, оскільки це ускладнює процес оновлення моделі в майбутньому новими даними. Натомість ми будемо імпортувати дані з веб-сайтів та інтерфейсів API. Перед завантаженням даних у нейронну мережу, вони повинні бути нормалізовані.

При машинному вивченні дані, як правило, поділяються на навчальні (тренувальні) та тестові набори. Модель будується на тренувальному наборі, а потім оцінюється на тестовому наборі, дані з якого раніше не «бачила». Далі створюється новий фрейм даних (model_data), після видалення деяких попередніх стовпці (ціна відкриття, щоденні максимуми та мінімуми) та переформулюванні деяких нових. Наша модель нейронної мережі використовуватиме попередні дані для прогнозування ціни закриття наступного дня. Потрібно вирішити, скільки попередніх днів він матиме доступ. Було обране число 10 днів, з огляду на кількість днів, доступних моделі у тренувальному наборі. У процесі навчання, після кожного проходу, модель запам'ятовує похибку навчання. Очікується, що з кожним проходом похибка буде зменшуватись. Для перевірки будується графік зі всіма значеннями похибок за всі 50 проходів (це число було вибране під час створення моделі, як оптимальне для навчання).

Таким чином, була розроблена система, що містить модель штучної нейронної мережі, яка призначена для прогнозування валютного ринку, зокрема ринку криптовалюти Bitcoin. У склад цієї системи входить індикатор, який демонструє напрям руху ціни у майбутньому.

Розроблене програмне забезпечення – інструмент для аналізу історичних даних ціни криптовалюти Bitcoin для прогнозування руху його курсу в майбутньому. Це прикладна реалізація алгоритму штучної рекурентної нейронної мережі, яка використовує публічні дані, викладені в глобальній мережі Інтернет, для збору даних і їх подальшої обробки.

Розроблений програмний продукт може бути придатний для використання фінансовими агентами, майнерами, учасниками фінансових ринків.

1. Криптовалюти як пірингові системи та платіжні засоби [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу : <https://pingblockchain.com/kriptovaljuti-jak-piringovi-sistemi-ta-platizhni/> 2. Прогнозування за допомогою нейронних мереж [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу : <http://wiki.tntu.edu.ua>

Степура Т. М.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЯКІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ ЕКОНОМІК

Тенденції розвитку суспільства за шляхом примноження багатства при ігноруванні (невизнанні) моральних і духовних цінностей пріоритетними призводять до занепаду. При домінуванні у суспільстві головної мети у житті – досягненні високого заробітку будь-яким способом акцент у ціннісних орієнтаціях зміщується на користь створення і накопичення багатства. Тоді людина живе для того, щоб досягнути певного рівня заробітку, межа якого постійно підсувається догори у міру збільшення всезростаючих потреб. Така поведінка людини «економічної», орієнтованої на постійне зростання добробуту, приречена на гонитву за примарами, хоча фактично якість її життя не покращуватиметься. Дж. Кейнс у своїй праці «Економічні можливості наших онуків», написаній у 30-х роках минулого століття, прогнозував, що у ХХІ столітті більшість людей працюватимуть 15 годин на тиждень, що буде достатньо для задоволення своїх потреб. Однак цього не сталося, навіть навпаки – нарощується

тенденція «трудоголізму», «вигоряння на роботі». І за цим показником, відповідно до проведених досліджень, лідирують США, де 12,7 % працівників зайняті на роботі більше 60 год. на тиждень [1]. При цьому добробут населення зовсім не виріс у 4-5 разів, як мав би при таких темпах інтенсифікації праці. Звідси можна зробити висновок, що більша частка створеного продукту йде на нарощування капіталу та збагачення незначної кількості заможних, що поглиблює диференціацію населення за доходами. Цей висновок підтверджує спільне дослідження міжнародних аудиторських компаній UBS та PricewaterhouseCoopers, за даними якого багатство мільярдерів зростає швидше від світової економіки: з 1995 р. загальні статки найбагатших людей зросли у вісім разів – до \$5,4 трлн у 2014 р., тоді як світовий ВВП за той же період зріс лише втричі – до \$77 трлн. [2].

Як свідчать проведені науковцями дослідження [3, с. 55], нерівність доходів усередині країни у 1996-1999 роках порівняно з 1987-1990 роками зростала у всіх країнах колишнього соцтабору та Радянського Союзу, окрім Хорватії, від ≈ 4 відсоткових пункти (Словенія) до ≈ 32 (Вірменія). В Україні такий показник становив на той час ≈ 8 в.п.. Водночас за даними офіційної української статистики, які були використані у «Доповіді про людський розвиток 2015» Програми розвитку ООН при розрахунку індексу Джині Україна має чи не найнижчий у Європі рівень розшарування населення за доходами (24 %). За оцінками академіка Е. Лібанової показник не відображає реальної картини і становить близько 40 %. Причинами зростання нерівності доходів у країнах СНД фахівці називають поширення корупції, зростання олігархічних кланів, орієнтацію на отримання особистої вигоди, невдале реформування економіки. На наш погляд, окрім останньої причини, усі попередні за корені мають остаточну руйнацію духовно-моральних засад функціонування українського суспільства, які планомірно винищувалися упродовж панування тоталітарного режиму.

У сучасному суспільстві, де диференціація за доходами неухильно збільшується, лише великі капітали зростатимуть швидшими темпами, аніж заробітки найманих працівників. У 1970-х роках доходи американських топ-менеджерів (до сплати податків) були у 30 разів вищі, аніж середні доходи робітників, у 2010 же вони у 263 рази більші. Ті самі цифри у Великобританії становлять 47 разів та 81. Із кінця 1970-х «чистий» дохід 20 % найбагатших зростав у США у 5 разів швидше, аніж дохід 20 % найбідніших, у Великобританії – у 4 рази [4]. При цьому криза пенсійних систем та систем соціального захисту світу залишає простий вибір: що дешевше для національної економіки – зменшити податки з великого бізнесу для стимулювання його розвитку та розширення сфери прикладання праці, або інвестувати в освіту для підвищення ціни людського капіталу.

Причиною цього є те, що праця як фактор виробництва у міру розвитку технологій заміщується капіталом, і мала б перерозподілятися за сферами економіки. Однак цей процес не є повністю адекватний потребі, оскільки «технологічне», «структурне» безробіття, як досить важка форма безробіття, постійно зростає. Темпи розширення сфери прикладання живої праці у сфері високотехнологічного виробництва зростають повільнішими темпами, аніж підготовка працівників, тому вже існує, застійне безробіття підсилюється нововиникаючим. Такий перебіг процесу характерний для країн із високою вартістю робочої сили та порівняно нижчим відсотком інвестування у фізичний капітал (техніку і технологію). У країнах, де є низька вартість робочої сили, не створюється достатнього запасу приватних ресурсів для інвестування в освіту. Якщо держава не фінансує освіту у достатньому обсязі, наступне покоління у значній мірі приречене на підтримку ролі країни як джерела дешевої робочої сили.

Якщо держава провадитиме політику пріоритетності інвестування у людський капітал (освіта, охорона здоров'я, соціально-демографічна, культурна політика), такий підхід, безумовно, створить базу для довгострокового економічного зростання. Потужний освітній потенціал, здорова нація, високий рівень життя – ті кити, на яких закладаються підвалини інноваційного розвитку держави. Інвестування у людський

розвиток та фізичний капітал тісно пов'язані. Приватні інвестиції у науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, у навчання й професійну підготовку у високотехнологічних сферах економічної діяльності створюють базу не тільки для постіндустріальної моделі довгострокового розвитку, але й для приватних заощаджень. Останні можуть скеровуватися у подальший людський розвиток або в економіку, частково й у фізичний капітал. Разом з тим, нагромадження знань при відповідному економічному зростанні дозволяє на прогресивній основі розвивати фізичний капітал. Таким чином, пролонгованим ефектом від інвестування у людський капітал є зростання основних засобів, якщо не в фізичній формі, то у формі зростання його вартості завдяки впровадженню новітніх технологій, досягнень науки й техніки.

У пропонованій моделі економічного зростання можливий консенсус між потоками інвестування у людський та природний капітали. Так, країни, які не характеризуються наявністю значних природних благ, можуть більші потоки інвестицій спрямувати у людський розвиток, обравши за провідні ті сфери праці, де необхідні швидше знання та їх продукт, аніж природні ресурси (інформаційні технології, сфера послуг, наукомісткі галузі інтелектуального спрямування). Наведені міркування переконливо свідчать про те, що потрібно докорінно змінювати орієнтири в економічному розвитку – із політики кількісного зростання, подальшого примноження фізичного і фінансового капіталу у концентрованій формі до політики сталого розвитку здорової і щасливої людини у збереженому довіллі, яка живе у духовній гармонії.

1. *Роботоголіки в цифрах і фактах [Електронний ресурс] – режим доступу : http://www.trud.gov.ua/control/uk/publish/article.jsessionid=DF587082EF458EB68AAAD5D0D1CABAF?art_id=138685&cat_id=52774* 2. *Нерівність доходів по-українськи: «гірше», ніж у Гондурасі, «краще», ніж у Швеції [Електронний ресурс] – режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy.html>* 3. *Якість економічного зростання : Пер. з англ. / В. Томас, М. Дайлами, А. Дарешвар та ін. ; Наук. ред. пер. О. Кілієвич. – К. : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2002. – 350 с.* 4. *Больное общество и мир после капитализма [Електронний ресурс] – режим доступу : <http://dialogs.org.ua/ru/cross/page33571.html>*

Ткаченко О.О.

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»

ІНСТИТУТИ ПІДТРИМКИ ПРОСТОРОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ: ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД

Національні економіки стають все більш глобалізованими та взаємопов'язаними, внаслідок чого, серед іншого, сформувалися розгалужені мережі сприяння розвитку інноваційних просторово-інституційних форм бізнесу. Потужними організаціями з підтримки просторової інтеграції бізнесу є Європейська мережа бізнес-інноваційних центрів (BIC) та Міжнародна асоціація наукових та технологічних парків (IASP). Остання, зокрема, є незалежною некомерційною неурядовою організацією, утвореною в 1984 р., штаб-квартира знаходиться в Іспанії. Станом на вересень 2017 р. організація налічувала 373 члени (у 2001 р. їх було близько 200 од.), що охоплювали 142 тис підприємств, розташованих у 76 країнах світу.

IASP має шість регіональних підрозділів – Африканський, Азіатсько-Тихоокеанський, Європейський, Латиноамериканський, Північноамериканський, Західноазійський, а також два офіси – у м. Малага (Іспанія) та м. Пекін (Китай) [1]. До основних завдань Асоціації належать [2]:

1. Сприяння членам Асоціації у впровадженні технологій та стартапів.
2. Обмін досвідом, навчання зокрема щодо створення та управління інкубаторами, науковими парками, кластерами; передачі технологій, інновацій тощо/
3. Сприяння учасникам у підвищенні їх міжнародного статусу.
4. Консультування, проведення семінарів з інноваційного менеджменту.
5. Забезпечення комунікації між глобальними корпораціями у різних секторах економіки.

6. Сприяння членам Асоціації у розробці стратегічних профілів технопарків.

Європейську мережу бізнес-інноваційних центрів (European Business & Innovation Centre (BIC) Network) [3] було створено у 1984 р. як спільну ініціативу Єврокомісії, лідерів європейської промисловості та Центрів бізнесу і інновацій (Business and Innovation Centers). На сьогодні організація є головною неурядовою європейською мережею, яка поєднує близько 200 бізнес- та інноваційних центрів, інкубатори, центри підтримки підприємництва по всьому ЄС.

Іншим прикладом мережі підтримки просторової інтеграції бізнесу є Всесвітня асоціація технополісів (WTA) – міжнародна організація багатосторонньої співпраці, партнерська організація ЮНЕСКО. WTA сприяє розвитку міжнародної співпраці у сфері досліджень та розбудові інформаційної мережі серед своїх учасників. Головні цілі організації полягають у сприянні регіональному розвитку своїх учасників через обмін досвідом та інформацією, а також співпрацю серед наукоградів задля розвитку науки і технологій.

Прикладом ефективно діючої регіональної мережі підтримки просторової інтеграції бізнесу є Балтійська асоціація наукових і технологічних парків та інноваційних центрів (BASTIC) [4]. Структура об'єднує асоціації технопарків, які діють в Балтійському регіоні, зокрема: Асоціацію інноваційних мереж Литви (ALIN); Асоціацію Технопарків Латвії (Latvian Association of Technology Parks); Асоціацію наукових парків і технопарків Естонії (AESTP); Центри та Бізнес-інкубатори (LTICA).

Поширеними є організації зі сприяння просторовій інтеграції бізнесу, які діють на міжнародному рівні, однак організовані виключно національними агенціями. Наприклад, це Іспанська мережа офісів з трансферу знань (RedOTRI), або Європейська мережа центрів мобільності для дослідників (ERA-MORE), орієнтована насамперед на дослідників, які бажають працювати у іншій країні, а також на об'єкти інноваційної інфраструктури з попитом на талановитих іноземних дослідників). Остання, зокрема, налічує 200 центрів у 32 країнах світу та надає безкоштовні інформаційні послуги своїм учасникам щодо дослідницьких стипендій та грантів на Європейському, національному та міжнародному рівнях. Мережа активно співпрацює з іншими відповідними національними організаціями (наприклад, з Національною науково-технічною радою з досліджень Туреччини щодо повернення висококваліфікованих науковців з Європи до Туреччини).

У міру зростання інтернаціоналізації бізнесу в останні роки відбувається поступовий розвиток транскордонних кластерів, у тому числі між європейськими країнами. Основною ініціативою, мета якої полягає у підтримці розвитку та посиленні співпраці транскордонних кластерів в Європі, є Транснаціональний кластерний альянс [5] (TASTICS). З метою вироблення стимулюючих політик та інструментів реальної підтримки інтеграції кластерів в ЄС дані структури активно взаємодіють за наступними напрямками [6]: 1) стимулювання міжнародного кластерного співробітництва; 2) оцінка ефективності розвитку кластерів; 3) підтримка маркетингу і брендингу кластерів; 4) використання кращих практик розвитку кластерів в процесі розвитку нових кластерів і галузей, включаючи інноваційні послуги; 5) фінансування інновацій в галузях по каналах розвинених промислово-інноваційних кластерів.

Сьогодні необхідність формування в Україні масштабної національної мережі просторової інтеграції бізнесу зумовлена зокрема: розвитком окремих елементи національної інноваційної системи (індустріальні парки, технопарки, бізнес-

інкубатори); впровадженням окремих вітчизняних компаній у свою діяльність елементів мережевих структур (використання платформних технологій, запозичених торговельних марок, використання аутсорсингу) тощо. Проте, не вирішеними залишаються проблеми розриву між дослідженнями і їх впровадженнями у виробництвом; відсутності досвіду трансферу технологій, відповідних кадрових, організаційних і фінансових можливостей. Відтак, необхідним вбачається формування та об'єднання вітчизняних просторових форм організації бізнесу в ефективно діючу бенчмаркінг-мережу. До неї, зокрема, мали б увійти фінансово-кредитні та консалтингові установи, рітейл-центри, юридичні та податкові консультанти тощо. Вважаємо, перспективи підтримки розвитку української інноваційної інфраструктури полягають і в наступному: 1) підтримка трансферу технологій між її розробником та виробником; 2) застосування передових світових практик інноваційної діяльності; 3) активне просування розробок науково-дослідних установ у світовому масштабі, комерціалізація розробок; 3) інформація та комунікація у глобальному просторі.

1. *The IASP world in numbers [On-line resource]: – Access mode: <http://www.iasp.ws/About-us/Facts-and-figures>.* 2. *Increase your efficiency with IASP services [On-line resource]: – Access mode: <http://www.iasp.ws/Activities/Services>.* 3. *Official site European Business & Innovation Centre (BIC) Network [On-line resource]: – Access mode: <http://ebn.be>.* 4. *Official site Baltic Association of Science, Technology Parks and Innovation Centers [On-line resource]: – Access mode: <http://www.bastic.eu/about>.* 5. *European Cluster Organizations Directory – Europe INNOVA, 2013, Q2 – 8. [On-line resource]: – Access mode: <http://www.europabio.org/facts-figures.htm>.* 6. *The 2013 EU Industrial R&D Investment Scoreboard European Commission, JRC/DG RTD [On-line resource]: – Access mode: <http://www.scribd.com/doc/25451234/The-2013-EUIndustrial-R-D-investment-scoreboard>.*

Уніят Л.М.

Тернопільський національний економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГІЇ - ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ АПК

Нарощування обсягів виробництва агропромислової продукції, глобалізація світової економіки та погіршення природно-кліматичних умов, життєвого середовища обумовлюють необхідність активізації використання сонячної енергії, що сприятиме поліпшенню енергозбереження, енергоефективності, стане надійною основою ефективного сталого розвитку складових АПК та відновлення довкілля.

За останні роки потужність сонячних електростанцій (СЕС) у світі значно зросла. Так у країнах ЄС у 2015р. було встановлено близько 7,2 ГВт і загальна встановлена потужність СЕС на кінець 2015 р. досягла 98,66 ГВт.

В Україні Національний план щодо відновлюваної енергетики передбачає довести потужність СЕС у 2020 р. до 2300 МВт [1]. Відповідно з Національним планом дій з відновлюваної енергетики, Держенергоефективність разом з Інститутом відновлюваної енергетики НАН України, розробили проект Дорожньої карти розвитку сонячної енергетики в Україні на період до 2020 р. [2].

Для поглибленого дослідження ефективності розміщення і використання сонячних електростанцій, на основі Дорожньої карти [2], згрупували території областей України в чотири групи за рівнем технічно-досяжного потенціалу енергії сонця:

- перша група областей (Рівненська, Тернопільська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька) має технічно-досяжний потенціал енергії сонця на рівні відповідно 0,96 – 0,46 млрд. кВт·год/рік;
- друга група – (Полтавська, Київська, Черкаська, Вінницька, Кіровоградська, Сумська, Львівська, Хмельницька, Волинська) – відповідно 1,50 – 1,04 млрд. кВт·год/рік;
- третя – (Херсонська, Дніпропетровська, Запорізька, Харківська, Чернігівська, Луганська, Донецька, Житомирська, Миколаївська) – відповідно 1,84 – 1,52 млрд. кВт·год/рік;
- четверта – (АР Крим, Одеська) – відповідно 2,20 – 2,09 млрд. кВт·год/рік.

Таблиця 1.

Економічна ефективність інноваційного проекту з використання сонячної енергії потужністю 1 МВт за реалістичним сценарієм виробництва продукції АПВ в умовах різного рівня сонячної інсоляції в Україні [3].

Показники	Групи областей за середнім рівнем технічно-досяжного потенціалу енергії сонця, млрд. кВт год/рік			
	I гр. (0,956)	II гр. (1,290)	III гр. (1,520)	IV гр. (2,01)
Чисті надходження (грошовий потік) за проектом всього, тис. грн	54215,80	78148,77	94975,70	130933,61
Вартість проекту тис. грн	32109,84	32109,84	32109,84	32109,84
Ефект (вигода) від реалізації проекту, тис. грн	22105,96	46038,93	62865,86	98823,77
Середньорічна рентабельність інвестицій, %	6,75	9,73	11,83	16,31
Термін окупності, років	14,80	10,27	8,45	6,13
Ставка дисконту, %	4,50	4,50	4,50	4,50
Приведені чисті надходження (грошовий потік), тис. грн	33993,01	49744,44	60856,57	84614,42
Чиста теперішня вартість проекту, тис. грн	1883,17	17634,60	28746,73	52504,58
Термін окупності (дисконтний), років	23,62	16,14	13,19	9,49
Коефіцієнт прибутковості інвестицій (дисконтний)	1,06	1,55	1,895	2,64
Внутрішня ставка прибутковості (ВСП), %	5,10	10,2	13,7	21,1

Спочатку провели апробацію з використання сонячної енергії діючих проектів (585 кВт; 700 кВт; 850 кВт; 1 МВт) на прикладі агропромислового підприємства ПрАТ «Добра Вода» Зборівського району Тернопільської області. Дане підприємство здійснює видобування, обробку і реалізацію питної води для споживачів. Там за реалістичним сценарієм виробництва продукції, витрати електроенергії в рік становили 712,7 тис. кВт·год, а середньомісячне споживання електроенергії – 59, 4 тис. кВт·год.

Встановлено, що найефективнішим із усіх досліджених проектів для ПрАТ «Добра Вода» є проект потужністю 1 МВт [3]. Далі дослідили вплив рівня технічно-досяжного потенціалу енергії сонця в кожній (із чотирьох) груп і областей на ефективність використання сонячної енергії за діючими проектами на прикладі умов конкретного агропромислового підприємства. Дослідження економічної ефективності

інвестиційних проектів провели в динаміці за 25 років, враховуючи концепцію дисконтування за методичними підходами, висвітленими у літературі [3, 4].

Встановлено, що порівняно найвищу економічну ефективність використання сонячної енергії за всіма показниками в усіх регіональних умовах України з різним рівнем сонячної інсоляції забезпечує проект потужністю 1 МВт (табл. 1).

Дослідження показали, що рівень технічно-досяжного потенціалу енергії сонця в умовах третьої і четвертої груп областей України забезпечує відповідно найвищу економічну ефективність використання аналізованих проектів, що переконує про доцільність будівництва сонячних електростанцій насамперед у вказаних регіонах.

Найнижчий рівень економічної ефективності використання сонячної енергії в усіх регіонах України забезпечує проект потужністю 585 кВт, який можна використовувати на малих і середніх підприємствах агропромислового бізнесу [3].

Таким чином, запропоновані проекти з використання сонячної енергії досягають порівняно найвищої ефективності функціонування в областях четвертої і третьої груп з найвищим рівнем технічно-досяжного потенціалу енергії сонця, що свідчить про доцільність будівництва сонячних електростанцій насамперед у вказаних регіонах.

1. Стан і перспективи розвитку малої гідроенергетики, сонячної, вітрової та інших джерел поновлюваної енергії зарубіжних країн та України / Відділ з інформаційно-аналітичної роботи департаменту міжнародного співробітництва та євроінтеграції.- К.-2016 .- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://4.-Stan-i-perspektivu-rozvytku-PDE> 2. Проект Дорожня карта розвитку відновлюваної енергетики України на період до 2020 року/ Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України.-[Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://saee.gov.ua/uk/pressroom/1133> 3. Uniat L. (2018), Economic efficiency of using solar energy in the agroindustrial business. Scientific journal “EUREKA: Social and humanities” Number 2, 9-19. 4. Пархомець М.К., Уніят Л.М. Аналіз ефективності інвестицій на підприємствах молочної промисловості: організація та методика: [Монографія]/ За ред. докт. екон. наук, проф. М.К. Пархомця.- Тернопіль: Економічна думка, 2006.-223с.

Цибульська Н. Б.

Львівський національний
університет імені Івана Франка

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА БАНКІВ

Розробка ефективної інноваційної політики банків є важливою передумовою підвищення ефективності результатів діяльності банку й загалом економіки країни. Інноваційна політика банку є складовою стратегічного управління, яка визначає принципи, цілі та заходи здійснення інноваційної діяльності банку, спрямованої на забезпечення його стабільності.

Принципи інноваційної політики — це норми та правила банку, що встановлюють взаємозв'язок між розвитком банку і напрямками його інноваційної діяльності. Принципи інноваційної діяльності банку повинні враховувати вплив зовнішнього середовища, розвиток економіки, науково-технічний прогрес, а також основні пріоритети та цілі розвитку банку. Принципами інноваційної політики банку є: генерування ідей, врахування змін, стратегічна спрямованість; цілеспрямованість; комплексність; системність; планомірність.

Серед інноваційних цілей банку можна виділити такі: розробка нових банківських продуктів чи їх удосконалення; впровадження нововведень у всіх видах організаційної

та управлінської діяльності банку, підвищення конкурентних позицій на ринку, освоєння нових сегментів ринку.

Залежно від стратегічних цілей, які ставить банк можна виділити такі види його інноваційної політики: наступальна (банк прагне до лідерства на ринку); оборонна (банк прагне не відстати від конкурентів в інноваційності, а за сприятливих обставин наблизитись до них); імітаційна (банк використовує продукти, досвід інших банків та адаптує їх до своєї діяльності); залежна (дочірні банки або філії проводять інноваційну політику головного банку за його наполяганням); традиційна (банк підвищує якість власних продуктів на основі застосування більш досконалішої технології їх створення) [1].

Інноваційна політика банку як результат реалізації інноваційної стратегії дозволяє вжити відповідних заходів: науково-дослідних (визначення наукового потенціалу банку, розробка рекомендацій щодо удосконалення інноваційної політики), організаційно-управлінських (вивчення внутрішнього середовища банку та організаційної структури банку), фінансово-економічних (управління грошовими коштами для реалізації інноваційних проектів), маркетингових (визначення процедур і маркетингових досліджень, розроблення товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики і створення механізмів їх реалізації), соціальних (розробка методики оцінювання корпоративної культури банку щодо реалізації завдань інноваційного розвитку).

Отже, виважена інноваційна політика банку створює умови для: перспектив розвитку діяльності банку відповідно до світових тенденцій; вдосконалення технологій та організації розробки і реалізації сучасних банківських продуктів і послуг; створення технологічної бази банку; підвищення креативності працівників банку.

1. Кльоба Л. Г. *Інноваційна політика та безпека банку* / Л. Г. Кльоба // *Ефективна економіка*. – 2017. – № 7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5083> 2. Терьошкіна Н. Є. *Інноваційна політика як інструмент реалізації національної інноваційної стратегії* / Н. Є. Терьошкіна // *Економіка розвитку*. – 2015. – № 2(74). – С. 21-29. 3. Ткачук В. О. *Інноваційна політика банків на ринку банківських послуг* / В. О. Ткачук // *Економічний аналіз*. Том 14. – 2013. – № 2. – С. 43-51.

Чернобай Л. І., Широн Ю.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

МОТИВИ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ

Інновації є стратегічним фактором зростання та розвитку підприємства, які суттєво впливають на структуру виробництва та організацію економічної діяльності. Проте варто підкреслити, що вони стають джерелом розвитку лише за умови їх активного й ефективного використання, а також наявності сприятливого середовища для їхнього впровадження, а саме інноваційних екосистем [10, с.257].

Екосистема інновацій базується на п'яти ключових складниках, серед яких матеріальна та нематеріальна інфраструктура, яка забезпечує функціонування інноваційної діяльності компаній [10, с.258]. Можна припустити, що теоретична основа інноваційної екосистеми включає поняття мотивування та мотиву трудової діяльності працівників, як нематеріальної складової екосистеми інновацій.

Вивченням сутності поняття мотивування та власне мотиву займались низка дослідників, серед яких вчені із галузей економіки, психології, філософії, логіки, правознавства та інших наук.

Сутність мотиву досліджували такі мислителі як Арістотель, Платон, Геракліт, Демокріт, Лукрецій, Сократ та ін. У галузі юриспруденції дане поняття вивчалось науковцями: Казміренко Л.І., Тузов А., Кудрявцев В.Н. та ін. Серед психологів дослідженням основ мотивування займались такі вчені: Н.Н. Обозов, Е.П. Ільїн, В.Г. Асєєв, В.И.Ковальов, Г.Холл та ін. Також вивченню мотивів трудової діяльності працівників на підприємстві присвячено праці відомих економістів: Р. Беннета, Ф. Герцберга, А. Маслоу, А. Сміта, О.П. Єгоршина, О.Є.Кузьміна та інших.

Досліджуючи поняття мотиву трудової діяльності, як нематеріальної складової інноваційної екосистеми, варто звернутись до визначення терміну «мотив». В загальному тлумачному словнику української мови поняття «мотив» (від лат. Movere - приводити в рух, штовхати) - представлено як «підстава, привід для якої-небудь дії, вчинку; причина».

І навіть звертаючись до літературознавства, поняття мотив нерідко розуміється як вияв теми, що зафіксовано у «Літературознавчому словнику-довіднику» (1997) [9, с.4]

Філософська течія роздумів щодо сутності поняття «мотив» сягнула ще середньовіччя. Грецький еквівалент латинського *motivus – kinetikos* використовувався у середньовічній філософії для позначення «приводу», «рушійної сили» якоїсь дії [9, с.3].

Демокріт розглядав дане поняття як рушійну силу еволюції, оскільки під впливом потреб людина привчилась до праці, розвинула мову, у неї сформувалось мислення, вона вийшла із дикого стану та сформувалась як соціальна істота. Арістотель вважав, що мотив визначається потребами та пов'язаними з ними почуттями задоволення та незадоволення.

В слідчо-судовій практиці апіорі вважається, що мотивом корисливих і корисливо-насильницьких злочинів є користь [4, с.101] На думку Волкова Б.С., мотив – це прагнення одержати вигоду матеріального характеру [1, с.88]. В Законі України про кримінальну відповідальність дане поняття трактується як прагнення, спонукання особи до незаконного збагачення (як свого, так і третіх осіб) за рахунок вчинення протиправних дій у відношенні інших осіб, суспільства або держави [6].

Ми пропонуємо зупинитись на аналізованні двох підходів до вивчення даного терміну: психологічного та економічного. Загалом, погляди авторів схожі, проте існують деякі розбіжності у трактуваннях даного поняття. А саме: з економічної точки зору мотив – це лише внутрішні спонукання, проте деякі психологи в даному понятті вбачають також і зовнішні чинники. Психологи переважно групуються навколо таких точок зору щодо мотиву як: на спонукання, на потребу, на ціль, на намір, на властивості особистості, на стани. Економічною наукою термін «мотив» переважно використовується у двох значеннях: мотив як внутрішнє спонукання до дій, що визначають трудову поведінку працівника, та мотив як причина дії [5, с.81].

В таблиці 1 виокремлено основні спільні та відмінні елементи визначення сутності мотиву в досліджуваних економічному та психологічному підходах.

Таблиця 1

Основні елементи сутності поняття мотив за економічним та психологічним підходами*

Елементи	Економічний підхід	Психологічний підхід
специфічні	внутрішньо усвідомлені спонукання	внутрішні та зовнішні спонукання
	образ успішно завершеної дії	внутрішні сили, пов'язані з потребами
	суб'єктивне явище	зовнішні або внутрішні умови
	стала особистісна властивість	думки, прагнення, почуття, пов'язані з усвідомленням необхідності
	те, що викликає певні дії	предмет, матеріальний чи ідеальний, спонукаючий до діяльності
загальні	з метою задоволення потреб	
	усвідомлена спонукальна причина дій, вчинків, поведінки	

*сформовано авторами за [3,с.112],[5,с.81],[2,с.97],[7,с.15],[11,с.87],[13,с.118] [12,с.223],[8,с.110]

Враховуючи результати проведеного дослідження та застосування міждисциплінарного підходу нами запропоновано уточнене поняття мотиву.

Мотив – це внутрішньо усвідомлені спонукання, особистісні прагнення та почуття, сформовані під впливом внутрішніх та зовнішніх умов, які визначають вектор поведінки суб'єкта з метою задоволення потреб.

Отже, результативність діяльності підприємства та його інноваційного розвитку в значній мірі залежить від суб'єктивного ставлення працівника до поставлених завдань, їх поєднання з особистісними потребами та цілями. Пошук оптимальних шляхів вирішення цих питань покладається на сформовану на підприємстві мотиваційну систему та її учасників. Саме тому, дослідження поняття мотиву трудової діяльності працівників та побудова дієвої та результативної системи мотивування можуть вплинути на інноваційний розвиток екосистеми підприємства.

1. Волков Б.С. *Мотив и квалификация преступлений* / Б.С.Волков. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1970 – 166с.
2. Захарчин Г.М. *Мотивування й розвиток персоналу : культурологічний аспект : монографія* / Г.М.Захарчин, Н.П.Любомудрова, Р.О.Винничук. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – 284 с.
3. Каверин С.Б. *Мотивация труда* / С.Б.Каверин. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. – 224 с.
4. Казміренко В.С. *Психологічний аналіз мотиву та мети розбою.* - Науковий вісник Ужгородського національного університету, Серія ПРАВО. Випуск 33. Том 2 – 2015 – с. 100-104
5. Кіріченко О. В. *Сутність, структура та формування мотивів трудової діяльності* Науковий вісник Ужгородського національного університету Випуск 9 • 2016, с.80-83.
6. *Кримінальний кодекс України (Відомості Верховної Ради України, 2001 р., № 25-26, ст. 131) зі змінами від № 2334-VIII від 14.03.2018.*
7. Колот А.М. *Мотивация персонала : [підручник]* / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2011. – 397 с.
8. Кузьмін О.Є. *Менеджмент: навч. посібн. Для самостійної роботи студента* / О.Є.Кузьмін, О.Г.Мельник, Н.Я.Петришин. – К.: Академвидав. 2012. – 296 с.
9. Кушнірова Т.В. *Мотив як літературознавча категорія: ознаки і типологія* Збірник наукових праць / Т.В.Кушнірова //Вісник Полтавського державного педагогічного університету імені В.Г.Короленка. Випуск 1 (34). – Полтава, 2004. – С.3-11.
10. Лановська Г.І. *Інноваційна екосистема: сутність та принципи* / Лановська Г.І. Вісник: Економіка і суспільство, Випуск № 11 – 2017, с. 257-262.
12. Обозов, Н. Н. *Словник практичного психолога.* - СПб., 1998. - С. 101.
13. Пидкасистый П. И. *Психология и педагогика : учебник для бакалавров* / П. И. Пидкасистый [и др.] ; отв. ред. П. И. Пидкасистый. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 724 с.
14. Щербатых Ю.В. *Общая психология/Ю.В. Щербатых.* – СПб.: Питер, 2008. – 272 с.

Шеремета Б. О.

Національний університет “Львівська політехніка”

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ: НА ПРИКЛАДІ ПАТ “МУЛЬТІПЛЕКС-ХОЛДІНГ”

У сучасних умовах ринкове позиціонування є одним із основних методів конкурентної боротьби на споживчих ринках. Проте, в науковій літературі питання щодо розроблення стратегії ринкового позиціонування залишається недостатньо описаним. Єдиної думки, щодо терміну “позиціонування” не існує, проте Е.Райс та Д. Траут, які вперше впровадили в теорію і практику маркетингу даний термін, впевнені у необхідності ментального підходу і дали таке визначення даному поняттю: розробка та

створення іміджу товару таким чином, щоб він посів у свідомості споживачів гідне місце, відмінне від позиції товарів чи послуг конкурентів [1].



Рис. 1. Характеристика особливостей стратегії ринкового позиціонування для ПАТ "Мультиплекс-Холдинг" станом на 01.03.2018 р.

Позиціонування товару - це дії, спрямовані на формування сприйняття споживачами даного товару відносно товарів-конкурентів за тими функціями, які вони можуть отримати. Тобто позиціонування - це визначення місця товару фірми на ринку серед товарів-аналогів [2]. Multiplex cinema або Мультиплекс сінема (ПАТ "Мультиплекс — Холдинг") — найбільша мережа багатозальних кінотеатрів України заснована у 2003 році. Основними видами діяльності ПАТ "Мультиплекс — Холдинг" є демонстрація кінофільмів, прокат відеозаписів і дисків, розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм та ін.

Основним конкурентом ПАТ "Мультиплекс — Холдинг" є мережа кінотеатрів "Планета кіно". Проте, завдяки використанню стратегії ринкового позиціонування ПАТ "Мультиплекс — Холдинг" відрізняється від своїх конкурентів, і між ними не відбувається "конкурентне зближення". На рис. 1 відображено характеристику стратегії ринкового позиціонування для ПАТ "Мультиплекс — Холдинг" станом на 01.03.2018 року.

Мережа кінотеатрів ПАТ "Мультиплекс-Холдинг" перша на ринку України обладнала свої зали найсучаснішою на даний момент системою 3D- XpanD. Принципова відмінність системи XpanD від конкурентів полягає в тому, що для перегляду фільму використовуються окуляри з активною рідкокристалічною матрицею, робота якої синхронізована з роботою цифрового проектора. В результаті цього зображення має високу яскравість, чіткість і контрастність, чого неможливо добитися

при застосуванні інших систем і технологій. До того ж, 3Д-ефект спостерігається з будь-якого місця в залі і не залежить від положення голови глядача.

З кожним роком в Україні кількість відвідувань кінотеатрів збільшується. Проте конкуренція на даному ринку невисока, найбільшу частку займають ПАТ “Мультіплекс-Холдинг” та мережа кінотеатрів “Планета Кіно”. Станом на 2017 рік кінотеатральна мережа компанії включає 122 екрани у 22-ох кінотеатрах України, зокрема у Львові розміщений один кінотеатр. Якщо розглядати ПАТ “Мультіплекс-Холдинг” та їхнього основного конкурента - мережу кінотеатрів “Планета Кіно” по Україні, то Multiplex має більшу кількість відвідувань завдяки своїй цінній політиці, технології демонстрування кінофільмів, атмосфері в кінотеатрі та високому рівню обслуговування. Проте, у Львові, ситуація дещо інша, ПАТ “Мультіплекс-Холдинг” відкрили свій кінотеатр коли у місті вже успішно функціонувало два кінотеатри з мережі “Планета кіно”, які використовують технологію 4Dx. Тому доцільно було б переглянути стратегію ринкового позиціонування, так як відбулись зміни у ринковому середовищі. У такому випадку відбувається уже репозиціонування. Репозиціонування – це процес зміни статусу бренду в оточенні конкуруючих товарів. В результаті репозиціонування піддаються змінам елементи маркетинг-міксу у відповідь на зміни у ринкового середовища чи з причини недосягнення компанією поставлених цілей [3]. У своїх працях Дж. Траут також визначає, що репозиціонування необхідне в тих випадках, коли:

- змінюються установки споживачів;
- розвиток технології призвів до застаріння товарів;
- відбулися зміни в довгостроковому сприйнятті продукту [4].

Якщо провести аналіз сильних та слабких сторін Multiplex, можна виявити, що підприємство має всі необхідні ресурси для реалізації ринкових можливостей та нівелювання більшості загроз. В результаті аналізу внутрішнього середовища, виявилось, що послуги з демонстрації кінофільмів досягають найвищого рівня продажу, але замість того, щоб стабілізуватися за об’ємами продажів, переходять у стадію спаду, це обумовлено тим, що відвідувачі кінотеатру хочуть переглядати фільми у найновітніших технологіях з повним комфортом у залах. Тому, ПАТ “Мультіплекс-Холдинг”, необхідно ввести використовувану у м. Київ технологію показу фільмів й в інших містах України, також доцільно провести маркетингове дослідження у своїй цільовій аудиторії, аби визначити, які саме чинники впливають на вибір кінотеатру не лише у 2018 році, а й з перспективою на майбутнє.

Отже, правильно сформована і реалізована відповідним чином стратегія позиціонування та обрана підприємством позиція є значимим аспектом формування успішної діяльності компанії. Однак, в сучасних ринкових умовах, вітчизняним підприємствам необхідно постійно моніторити зміни у ринковому середовищі і вчасно на них реагувати з метою покращення чи збереження свого ринкового положення. Таким чином, все більшої значимості для підприємств набуває перевірка актуальності використаної позиції.

1. Райс Э., Траут Дж. *Позиционирование: битва за узнаваемость: Пер. с англ. / перевод Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2004. – 256 с.* 2. Котлер Ф. *Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. — М.: 1990.*//*Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 20.02.2012.* 3. Новаторов Э.В. *Особенности позиционирования и репозиционирования в сфере услуг* [Электронный ресурс]. *Режим доступа: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/9415963> – Назва з екрану.* 4. Траут Дж. *Новое позиционирование [Текст] / Дж. Траут со С. Ривкиным. – СПб: Издательство “Питер”, 2000. – 192 с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).* – 5 000 пр. – ISBN 527200132.

УКРАЇНСЬКІ МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

На сьогоднішній день одним із завдань української економіки є розвиток промислового наукоємного виробництва та формування стійких ринкових відносин для отримання вітчизняної конкурентоспроможної продукції. Не дивлячись на те, що Україна має високий рівень науково-технічного потенціалу, розвиток науки та інноваційного творчості є однією з найважливіших задач. У зв'язку з швидким зростанням ринку науково-технічної продукції та високим рівнем конкуренції даного ринку доцільним рішенням стає пошук шляхів комерціалізації результатів наукових досліджень. Комерціалізація результатів наукових досліджень є важливим джерелом формування дохідної частини бюджету університету, а також фактором залучення інвестицій в його науково-дослідну та педагогічну діяльність. Тому процес комерціалізації варто розглядати як проектування, розробку і реалізацію певних заходів у напрямку отримання прибутку від результатів наукових досліджень. Комерціалізація включає в себе наступні стратегічні етапи: 1) пошук і відбір розробок для фінансування; 2) залучення інвестицій; 3) впровадження розробок у виробництво та їх подальший супровід.

Найбільш розповсюдженими моделями комерціалізації результатів наукових досліджень у міжнародній практиці є: продаж, ліцензування, а також використання інновацій на підприємствах, створених при вищих навчальних закладах. Нами систематизовані основні моделі комерціалізації результатів наукових досліджень: передача з повним відчуженням прав; продаж ліцензій; створення малих інноваційних підприємств при вищих навчальних закладах; розробка наукових досліджень на умовах партнерства; власне використання результатів наукових досліджень [1].

Результати аналізу функціонування вітчизняних вищих навчальних закладів засвідчили, що у більшості з них у структурі відсутній підрозділ, який би відповідав за передачу розробок споживачам з вигодою для навчального закладу. На сьогоднішній день в Україні переважає некомерційна форма передачі результатів наукових досліджень, зокрема у вигляді поширення інформації про них під час доповідей на конференціях та наукових семінарах, опублікування наукових статей та монографій, обміну результатами досліджень через особисті контакти вчених та практиків. Основний обсяг знань передається в промисловість не через продаж ліцензій та патентів, створення малих підприємств, а через «замовлення», що не приносить бажаного економічного ефекту для вищого навчального закладу. Все це свідчить про те, що комерціалізація результатів наукових досліджень в Україні ще не набула такого значного поширення, як в розвинутих країнах світу.

На нашу думку, до основних факторів, які стримують ефективний розвиток процесу комерціалізації результатів наукових досліджень вищих навчальних закладів в Україні слід віднести: - недосконалість існуючої інфраструктури для комерціалізації результатів наукових досліджень і просування їх на ринок (відсутність у більшості вітчизняних університетах наукових парків, технопарків, бізнес-інкубаторів); - відсутність дієвої моделі взаємодії університетів, бізнесу, держави та суспільства у напрямку розвитку інноваційної системи країни; - низький рівень попиту на наукомістку продукцію з боку вітчизняних бізнес-структур, що обумовлено відсутністю бажання нести додаткові фінансові витрати на її освоєння у зв'язку із прагненням отримати прибуток вже сьогодні, а не через декілька років; - недостатня обізнаність науковців у питаннях захисту інтелектуальної власності та комерціалізації наукових розробок; - недосконалість вітчизняного законодавства щодо формування

малих інноваційних підприємств при вищих навчальних закладах, що значно ускладнює цей процес через необхідність отримання значної кількості дозвільних документів та існуючий механізм погодження.

Досвід розвинутих країн підтверджує, що інноваційний процес найшвидше здійснюється там, де формуються і реалізуються його нові організаційні моделі. Найбільш ефективними серед яких є технопаркові структури з належними умовами для активного впровадження інновацій, які сприяють комерціалізації результатів наукових досліджень. Протягом останніх декількох років в Україні зроблено суттєві кроки щодо створення сприятливих умов для комерціалізації результатів наукових досліджень. В Україні налічується 16 технопарків (серед яких 8 є постійно діючими). Найбільш успішно функціонують такі технопарки: “Напівпровідникові технології та матеріали, оптоелектроніка та сенсорна техніка”, “Інститут електрозварювання імені Є.О. Патона”, “Інститут монокристалів”, “Київська політехніка”, “Інститут технічної теплофізики”, “Укрінфотех”, “Інтелектуальні інформаційні технології”. Особливістю функціонування вітчизняних технопарків є те, що в нас, на відміну від інших країн, майже відсутні венчурні технопарки [2-3].

З метою активізації інноваційних процесів в Україні також було створено: 24 центри інновацій та трансферу технологій; 108 наукових, навчальних центрів; 34 навчальних науково-виробничих комплексів; 1 інвестиційний (інноваційний) венчурний фонд; 6 небанківських фінансово-кредитних установ; 27 науково-впроваджувальних підприємств; 7 консультативних центрів з питань інноваційної діяльності; 10 інноваційно-технологічних кластерів; 22 інноваційні центри; 23 інноваційні бізнес-інкубатори; 38 центрів комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності; 17 підприємств системи НТІ; 1 індустріальний парк; 8 національних контактних пунктів Сьомої рамкової програми ЄС з досліджень та технологічного розвитку; 9 наукових парків; 27 регіональних центрів з інвестицій та розвитку; 7 громадських організацій з питань інноваційної діяльності; 61 іншу інноваційну структуру [3].

У той же час доводиться констатувати, що всі ці заходи не призвели до активізації процесу комерціалізації результатів наукових досліджень. Однак в Україні є всі підстави для розвитку комерціалізації результатів наукових досліджень, але при цьому необхідно враховувати відсутність зв'язків між науково-освітньою сферою, бізнесом, владою та суспільством. Отже, перспективною моделлю формування та реалізації результатів наукових досліджень має стати “*Quadruple Helix*” (вища освіта – бізнес – держава – інститути громадянського суспільства), яка орієнтована на комплексне управління інноваційною діяльністю, а саме, процесом формування, передачі та реалізації наукових розробок, створенням на їх основі наукомістких технологій.

1. Бай С.І., Совершенна І.О. Комерціалізація університетських наукових розробок: проблеми і рішення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. №3. Т.1. С. 215–220. 2. Денисюк В. Комерціалізація результатів науково-дослідних робіт: проблеми і перспективи. *Вісник НАН України*. 2006. № 5. С. 39–53. 3. *Інноваційний розвиток технопарків в Україні і світі [Електронний ресурс]*. Режим доступу : [http://do.gendocs.ru/docs/index – 24248.htm](http://do.gendocs.ru/docs/index-24248.htm).

РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УКРАЇНИ

Економічний та технологічний розвиток України повною мірою залежить від здатності підприємств ефективно використовувати інноваційні ідеї та вчасно впроваджувати їх у свою діяльність. Особливо це стосується науково-виробничих, інформаційно-технологічних та дослідних компаній, орієнтованих на міжнародний ринок збуту. Орієнтація на інтелектуальні знання молоді країни стає необхідною умовою розвитку майбутнього підприємництва та можливістю конкурувати на світовому технологічному ринку. Інновації, новітні ідеї та сучасні технології набувають ключової ролі у збільшенні доходів підприємств і країни в цілому.

Передумовами молодіжного підприємства в Україні служать: наявність успішного закордонного досвіду щодо формування та підтримки молодіжного підприємництва, розвиток партнерських відносин між підприємствами та ВНЗ, готовність підприємств брати активну участь у підтримці стартапів. Необхідно відмітити, що кількість останніх в Україні постійно зростає. Причиною цього є активний розвиток інформаційно-технологічного сектору та ІТ кластерів. За оцінками експертів прогнозується, що до 2020 року галузь інформаційних та комунікаційних технологій може зайняти друге місце в експорті послуг України. Необхідно додати, що на сьогоднішній день провідні компанії з США та Європи виступають основними замовниками послуг з розроблення, тестування та підтримки програмного забезпечення в Україні [1]. Це спричиняє зацікавлення молоді до сучасних технологій, адже такий напрям підприємництва є найбільш прийнятним за відсутності великого обсягу стартового капіталу та не потребують великих інвестицій.

Проведене дослідження показало, що основним типом підприємництва, який користується попитом серед молоді, є виконання робіт на замовлення іноземних чи Українських компаній. Лише 8% молодих підприємців готові розробляти власні програмні продукти та просувати їх на ринку. Така різниця пов'язана в першу чергу з низькою підтримкою держави молодіжного підприємництва. Більшість молодих підприємців отримують кошти фінансування власних проектів через краудфандингові платформи такі, як: GlobalGiving, Causes, Kickstarter, Спільнокошт, Українська Біржа благодійності та інші.

Водночас існує ряд чинників, що стримують розвиток партнерських відносин суб'єктів в Україні. До них відносяться інституційні, економічні, соціокультурні, освітні бар'єри. Для розвитку інноваційного підприємництва та модерного технологічного виробництва вирішальне значення мають освічені трудові ресурси. Однак, відповідно до досліджень ринку праці на сьогоднішній день спостерігається кадровий голод інженерних спеціальностей. Подолання цього фактору можливе завдяки тісній співпраці між компаніями та ВНЗ, оскільки дає змогу забезпечити ефективніше навчання студентів, практичний рівень підготовки та зростання якості сучасної освіти загалом.

1. Офіційний сайт Асоціації «ІТ України». Українська ІТ галузь в цифрах: індустрія стає ключовою для економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://itukraine.org.ua/news/ukrayinska-it-galuz-v-cyfrah-industriya-staye-klyuchovoyu-dlya-ekonomiky-ukrayiny>. 2. Національна освітня інфраструктура удосконалення інноваційної та підприємницької діяльності ІТ-студентів. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://tempus.nung.edu.ua/uk>

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СТРАХОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Наукові дослідження, розробки та інновації стають ключовими елементами економіки, заснованої на знаннях (англ. knowledge-based economy), рішення про створення якої було прийнято Європейським Союзом на Лісабонському саміті у 2000 році. Країни ЄС запланували побудувати економічний простір, де інновації стануть головним інструментом економічного розвитку та конкурентної боротьби. За існуючими даними, вже зараз у більшості європейських країн економіка знань забезпечує до 30% росту ВВП. У світі ж першу п'ятірку держав з найбільш динамічною економікою формують країни, де послідовно реалізуються інноваційні стратегії – Тайвань, Ірландія, Сінгапур, Гонконг і Корея.

За кількістю впроваджених інновацій у страховій системі серед інноваційних лідерів світу залишаються такі країни, як Японія, Швейцарія, Швеція, Фінляндія, Німеччина.

Науково доведено, що для копіювання страхових продуктів конкурентам необхідно 6 місяців. Проте для формування позитивного іміджу необхідно мінімум п'ять років. Страхова компанія, як один із елементів страхової системи, має миттєво реагувати на кон'юнктуру ринку, відчувати потреби потенційних страхувальників і якісно задовольняти їх, що позитивно впливає на імідж страхової компанії. Таким чином, страхова діяльність з самого початку повинна базуватися на інноваційній основі.

Зарубіжний досвід функціонування страхових компаній вказує на те, що ефективність страхової діяльності забезпечується завдяки формуванню в страховій компанії цілісної системи управління інноваціями. Дослідження The 2013 Accenture Consumer-Driven Innovation демонструють, що страхувальники потребують більш актуальних, зручних страхових продуктів за низькою ціною. Технологічні інновації у страховій системі привели до змін у каналах продажу страхових продуктів, які використовують страхувальники. Технології дають можливість відмовитися від послуг страхових посередників, знизити вартість поліса і кардинально змінити підхід до обслуговування клієнтів.

Аналізуючи дані окремих видів страхування, можна виокремити прогнози компанії Swiss Re, яка стверджує, що обсяги майнового страхування в світі, автострахування за 2017 рік збільшилися на 2,2%, а в 2018 році планується 3%. Трендом розвитку страхової системи стане широке розповсюдження цифрових сервісів, штучного інтелекту, інтернету речей, соціальних, хмарних і блокчейн технологій. Фахівці консалтингової компанії Capgemini стверджують, що в найближчі роки стрімко зростатиме частка прямих продажів, а також альтернативних інструментів з вибору, порівняння та придбання страхових продуктів.

Провідні страхові компанії Європи і США активно впроваджують інтернет-сервіси, функція яких – спростити підбір, порівняння і купівлю страховки для автомобіля, і звести витрати часу на ці процеси до мінімуму. До того ж клієнт компанії отримує доступ до цілодобової підтримки. І це не тільки інформаційна, але і технічна допомога в складних дорожніх ситуаціях. Страхова система рухається до того, щоб надавати не тільки фінансові компенсації, але і технічну, консультативну та юридичну підтримку.

Рівень розвитку цифрових технологій та аналітики сьогодні дозволяють страховим компаніям надавати персоналізовані послуги клієнтам в тих масштабах та через ті канали, які найбільш бажані страхувальникам. Прикладом інноваційних

страхових послуг з боку іноземних страхових компаній є програми "Name Your Price" американської компанії Progressive Corporation; телематичні технології, що використовує англійська страхова компанія Insurethebox, програми електронного асистансу з боку американської автомобільної асоціації USAA.

Зміна парадигми страхового бізнесу добре помітна і за темпами розвитку ринку дорожнього асистансу. У Великій Британії, наприклад, його обсяг вже перевищує 1,8 млрд фунтів стерлінгів на рік. А за даними найбільшого в США автомобільного клубу AAA, щорічно технічну допомогу отримують 32 млн автомобілістів. 58% від цього числа – водії, які придбали пакети асистансу.

Крім того, опитування, які проводять американські страховики, підтверджують, що автомобілісти все більше зацікавлені в додаткових послугах від своїх страхових компаній. Наприклад, 62% водіїв зізнаються, що вони почуваються безпорадними в непередбачених обставинах, які виникають в дорозі. А 47% опитаних автовласників кажуть, що вони потребують оперативної і кваліфікованої технічної допомоги, і готові за неї платити.

Тому, щоб утримати клієнта страховики будуть змушені переглянути підходи до ведення бізнесу. І це стосується всіх без винятку ринків, і тих, що розвиваються – в першу чергу. За оцінками Swiss Re, їх приріст склав близько 5,7% в 2017 році і прискориться до 6,7% в 2018 році.

Останнім часом на вітчизняному ринку страхування життя з'явилося чимало інноваційних продуктів, що привертають увагу потенційних клієнтів та посилюють конкурентні переваги страхових компаній, які їх впроваджують. Серед таких продуктів найбільш цікавими є програми, що передбачають розміщення коштів у золото, житлові програми, які дозволяють накопичувати квадратні метри нерухомості, та дитячі соціальні проекти.

Страхові компанії як основний суб'єкт страхової системи в Україні постійно відчують брак інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень у своїй діяльності, зокрема недостатньою є інформація щодо укладення договору страхування, здійснення страхової виплати чи відшкодування та ін. З цією метою необхідно володіти достовірною інформацією, наприклад, про клієнта, об'єкт страхування тощо. Однак на сьогодні, незважаючи на значні технологічні можливості, страхові компанії стикаються з проблемою її дефіциту. Для подолання зазначеної проблеми, на нашу думку, варто створити централізовану електронну базу даних щодо страхових випадків. Упровадження такого заходу створить нові можливості для боротьби зі страховим шахрайством: створення Бюро по боротьбі зі страховим шахрайством.

Отже, інновації в страховій системі є новими рішеннями, новоствореними і вдосконаленими технологіями, продуктами або послугами, які призводять до прогресивних змін у страховій системі та її подальшого розвитку.

1. Приказюк Н. В. Нові можливості для розвитку страхової системи України / Наталія Валентинівна Приказюк, Тетяна Петрівна Моташко // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 4. – С. 177-192. 2. Пікус З. Р. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності / З. Р. Пікус, В. Заколюдажний // Вісник Київського націон. ун-ту ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2015. – № 3 (168). – С. 72-80. 3. Горковенко О. А. Особливості просування на ринку страхових послуг України / О. А. Горковенко, Н. В. Юдіна // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського. – 2017. – № 11. – С. 1-10. 4. Інновації витісняють традиційне страхування [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/lovas/innovatsiji-vititsnjajut-traditsijne-strahuvannja-1226478.html>.

Artur Kisiolek
Wielkopolska Higher School of Social Sciences and Economics in Środa
Wielkopolska. (Poland)
Paweł Kobis
Czestochowa University of Technology. (Poland)
Olha Prokopenko
Sumy State University (Ukraine)

STUDIES IN THE ONLINE MARKETING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS - SELECTED ASPECTS

Dynamic changes on the educational services market, especially in the domain of higher education, are multidimensional and require a separate study. From the perspective of marketing activities, three main factors for changes are: demographics (a diminishing number of students caused by the demographic decline), generational changes concerning the need for education as well as ways of receiving it (changes between generations X, Y, Z) and technological changes (the spread of marketing digitisation). These elements affect marketing paradigms.

One of the consequences of the Polish and Ukrainian economic transformation ever since the 90's of the 20th century was the formation of a free market of educational services, including the higher education level. The need to gain competitive advantage and compete for students - clients called for the implementation of the concept of marketing management of a higher education institution. Marketing programs based on standard marketing tools, among which the Internet deserves special attention in the era of digitization, have become elements of schools' new strategies.

In recent years, the marketing activity of higher education institutions has been the subject matter of an extensive exchange of opinions on both domestic and international arena. The topic has been discussed by M. J. Armstrong, B. R. Clark and A. Pabian, among others. Nowadays, it is not the question of whether such institutions should adapt to the concept of marketing management, but rather what strategies, methods and instruments they should use for that purpose.

The aim of the article is to present the opinions regarding the use of the Internet in the marketing activity of higher education institutions in Poland and the Ukraine. The study was carried out in the period from 6 Feb. 2017 to 28 June 2017 as part of the international research project entitled "The Internet in the marketing activity of higher education institutions". The data was collected by means of computer assisted web interviews (CAWI). 123 Polish and 62 Ukrainian schools took part in the study. Out of the Polish higher education institutions, 32% were public schools and the remaining ones were private. As for the Ukraine, the ratio was 93.5% (public) to 6.5% (private).

82% and 95% of the respondents from, respectively, the Polish and the Ukrainian higher education institutions agreed with the claim that the Internet is a medium that significantly supports the creation of the image of a higher education school. In similar vein, the vast majority of the respondents subscribed to the view that online marketing activity is cheaper in comparison with the traditional media (66.7% and 79% of the respondents in Poland and in the Ukraine, respectively).

75% of the Polish respondents and 65% of the Ukrainian ones also agreed that the Internet allows to reach the target groups of potential students in the market sectors currently served by the school with great precision. 61% (Poland) and 50% (the Ukraine) of them stated that the Internet allows to reach new market segments precisely. In both the countries, almost all respondents ascertained that the Internet renders quick access to information on the educational services market possible. Similarly, the vast majority of them agreed that the Internet serves to tighten positive, interactive relations with the students (Poland - 93.5%, the Ukraine - 89%).

They also supported the claim that the Internet is conducive to the improvement of the quality of student service (Poland - 95%, the Ukraine - 86%). While the statement that the Internet allows a better understanding of students' needs was not obvious to 47.2% of the respondents in Poland, 60% of the Ukrainian respondents found it true. The results were basically the same for the claim that the Internet strengthens the feeling of ties between the school and its students. While the Polish respondents (43%) chose the 'difficult to say' option, the Ukrainian ones (47%) supported it.

As for the question whether the Internet allows to acquire detailed information on the current and potential students, the majority of the respondents in both the countries (48% and 53%, respectively) found it true. 84% and 77% of the Polish and the Ukrainian students of higher education institutions, respectively, ticked 'agree' next to the claim that the Internet supports the introduction of new elements of the educational offer to the market. The last point subject to evaluation was the claim that the Internet is a medium that stimulates the sales of educational services. Both the Polish and the Ukrainian students found this statement correct, yet a significant disproportion was observed (95% of the former and 66% of the latter).

Marketing activities should be considered systemically: first, through a marketing analysis of individual elements, then through a marketing synthesis, where the components are combined. This process constitutes the basis for integrated marketing management, including higher education institute management. The results of the study reveal that the Internet is an important element of the marketing activity of higher education institutions in both Poland and the Ukraine. There is general awareness of the potential of this tool, used not only as a channel of marketing communication. Still, not all the virtues of this medium, in particular in the field of gaining information on present and potential students, are fully recognized.

The results presented are yet to be analyzed in more detail and call for a broader discussion. Part of the research was conducted under the international research project entitled "the Internet in the marketing activity of higher education institutions" and the results obtained will constitute the subject matter of separate publications.

1. *Armstrong M. J. (2003). Students as a clients: A professional Service Model for Business Education. Academy of Management Learning and Education. Vol. 2 № 4.* 2. *Clark B. R. (1998). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. New York: Pergamon Press.* 3. *Hall H. (2007). Marketing w szkolnictwie. Warsaw: ABC a Wolters Kluwer Business.* 4. *Pabian A. (2005). Marketing szkoły wyższej. Warsaw: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.*

Havran V. Ya., Havran M. I.
Lviv National Polytechnic University

COMMERCIALIZATION OF R&D ACTIVITIES AS WAY FOR SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF UKRAINIAN UNIVERSITIES

The development of higher education in Ukraine, in accordance with meeting the Bologna process requirements and knowledge society's new challenges, needs more financial resources. However, we observe decreasing level of state financing for higher education. A modern university is in its way of searching additional resources for raising the money.

In modern economic conditions commercialization of educational services is a reasonable way for increasing financial potential of higher education institutions. R&D activities provided within universities can also be an efficient source of funding. According to the Law on Science and Scientific and Technology Activities "scientific and R&D activities in higher educational institutions are an integral part of educational activity and are carried

out in order to integrate scientific, educational and production activities in the system of higher education” [5]. New legislation of Ukraine, such as the Law on Higher Education and the Law on State Regulation of Activities in the Field of Technology Transfer, the Law on Science and Scientific and Technology Activities, regulates and facilitates commercialization of R&D activities at higher education institutions.

The process of commercialization of R&D activities of Ukrainian universities is under consideration of Ukrainian scientists, among them there are significant research papers done by T. Boholib, P. Bubenko, V. Denysuk, V. Menyailo and others. Foreign scientists also actively investigate different issues of commercialization of research results and R&D activities (M. Karlsson, J. Sandelin, M. Schankerman, P. Druker, etc.).

The main aim of our research work is to analyze the process of commercialization of universities’ R&D activities by realizing the most perspective ways successfully adapted in the developed countries.

Nowadays, commercialization of R&D activities of Ukrainian universities is considered as one of the significant way for their further development, especially in conditions of reducing state financing. Ukrainian universities to be admitted as science and research institution has to meet requirements which are mostly based on R&D activities, appropriate amount of science and pedagogical staff, scientific publications cited in scientific journals with impact factors, etc. But only some of the research results and developed technologies are disclosed for potential commercialization. To change such situation in the area of higher education it is important to study foreign experience of the countries where the process of commercialization of research results has growing indicators.

While analysing the foreign experience in commercializing research results we found that the most efficient way in this process is to establish new companies around major universities. For instance, during financial year 2001, including both U.S. and Canadian research institutions, at least 494 new companies were created based on academic discoveries, 84 percent of them were established in the same state/province of the academic institution that created the technology. Academic institutions received an equity interest in 70 percent of their start-ups [4, p. 36]. The Ukrainian universities may also take an equity position in the start-up company after obtaining the rights to results through a license agreement.

One another way for realizing universities’ commercialization of research results is business incubation industry which is mostly well-developed in the USA where academic institutions are the most common incubation program sponsors. Business incubators offer different services, among them mentoring R&D activities, access to office space, research facilities and manufacturing equipment, offering entrepreneurs access to in-house investment funds, assistance with product designs and loaned executives to manage their companies.

There are four stages for commercializing R&D activities: 1) searching scientific developments, their expertise (assessment of commercial opportunities) and selection; 2) involving investments and other sources of financing; 3) distribution of rights to the future intellectual property and their legal consolidation; 4) introduction of scientific development into production; and if it is necessary - modification and refinement of scientific development; intelligent product support [2, p. 44]. The successful performance of every stage requires involvement and cooperation of different interested parties: individual scientists, universities, government agencies, entrepreneurs and businesses.

One of the important steps for the intensive process of commercialization of research results at universities is to change their organizational structures especially scientific and research departments by creating new units such as innovation and transfer department or centre for technology transfer. Gdańsk University of Technology has a Center for Knowledge and Technology Transfer that provides support to researchers of the University in the field of 1) verification of grant applications (managing intellectual property in projects, developing strategies to protect intellectual property, establishing business principles of division and exploitation of intellectual property generated in the course of the project, concluding

agreements and consortia contracts with industrial partners), 2) Sharing the rights to the results of research conducted by the staff of the University, 3) implementation of research projects and services for corporations and institutions, 4) creation of spin-off companies based on research results of the University in collaboration with Excento [1].

It is worth mentioning that without individual incentives of each researcher, being involved in R&D activities with further commercialization of his/her investigations, it will be very difficult to achieve high scientific results and incomes. For example, researchers at Stanford University receive one third of net royalties from the licensing of their inventions, because economic incentives such as royalty sharing agreements, affect the number of produced inventions and licensed revenue generated by universities which providing higher royalties to their researchers trigger more inventions and higher license incomes [3, p. 36]. In the event of commercialization of the invention or innovation by Gdańsk University of Technology, the authors get 50% of the profit from commercialization.

To draw the conclusions from these results we should point out that commercialization of R&D activities at Ukrainian universities could be an effective way for raising additional funds. Ukrainian research and scientific universities with a great number of science and pedagogical staff have to establish a strong national technology-licensing infrastructure to support the commercialization of their research results. Besides, they have to create incentives for researchers in order to motivate and increase their interests in carrying out investigations for their further licensing to industry or producing. Universities should be interested in establishing innovative firms, business partnerships, engineering centers, educational innovation institutions, science-intensive venture structures, as well as, business incubators and technology parks. Their activities and services are proved to be an efficient mechanism for the future successful development of universities.

1. *Gdańsk University of Technology. Center for Knowledge and Technology Transfer. Available at: <https://ctwt.pg.edu.pl/consulting>.* 2. *AUTM Licensing Survey, FY 2003 Survey Summary (2004). Editors Ashley J. Stevens and Frances Toneguzzo. Northbrook: The Association of University Technology Managers. 76 p.* 3. *Karlsson Magnus (2004). Commercialization of Research Results in the United States An Overview of Federal and Academic Technology Transfer. Stockholm. ITPS, Swedish Institute for Growth Policy Studies. 107 p.* 4. *Боголіб Т. М. Комерціалізація наукових розробок університетів / Т. М. Боголіб // Економіка України. — 2014. — 1 (626). С. 33-50.* 5. *Закон України Про наукову та науково-технічну діяльність Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 3, ст.25.*

Kozyk V.V., Myszczyzyn O.L.

Narodowy Uniwersytet "Politechnika Lwowska"

INTERNACJONALIZACJA DZIAŁALNOŚCI INNOWACYJNEJ POPRZEZ FORMACJĘ KLASTRÓW TRANSGRANICZNYCH

Większość uprzemysłowionych krajów świata dzisiaj zawdzięcza długoterminowemu zrównoważonemu wzrostu gospodarczemu w wyniku przejścia na innowacyjny sposób rozwoju. Działalność innowacyjna wymaga publicznego wsparcia o najwyższym priorytecie. Państwo powinno być zainteresowane w promowaniu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw krajowych, ponieważ wtedy będzie miał większe szanse, aby osiągnąć nowy poziom rozwoju gospodarczego w gospodarce narodowej.

Doświadczenia zagraniczne i krajowe pokazują, że najskuteczniejszym sposobem aktywizacji innowacji w gospodarce narodowej jest podejście klastrowe do wdrażania polityki innowacyjnej. Dziś polityka klastrowa i tworzenia klastrów w gospodarce narodowej zajmują jedno z centralnych miejsc w nowoczesnej ekonomii, a klastry są integracyjną formą

organizacji produkcji, która zapewnia szybki rozwój gospodarczy. Sam proces klasteryzacji jest postrzegany jako mechanizm rynkowy dla jakościowej transformacji regionalnych systemów gospodarczych [1].

Rozwój klastrów innowacyjnych charakteryzuje się tendencją do internacjonalizacji działalności innowacyjnej w oparciu o międzynarodową współpracę klastrów różnych krajów pod wpływem czynników globalnych. Europa potrzebuje silniejszej transnarodowej współpracy między klastrami i inicjatywami klastrowymi, aby umożliwić im wzajemne udane doświadczenia. Więc należy wzmacniać ponadnarodową współpracę między inicjatywami klastrowymi, przyczyniając się w ten sposób do powstania strategicznych relacji biznesowych i platform usługowych, które pomagają wykorzystać dodatkowe mocne strony i kompetencje różnych klastrów [2].

Na Ukrainie istnieje potrzeba udziału krajowych podmiotów gospodarczych w międzynarodowej współpracy naukowej i przemysłowej, w szczególności w ponadnarodowych klastrach innowacji i inwestycji. Generalnie tworzenie i rozwój takich klastrów prowadzi do integralnych korzyści: zwiększania konkurencyjności gospodarki, aktywowania procesów innowacyjnych i rzeczywistych mechanizmów koordynacji interesów władzy, biznesu, nauki i edukacji w opracowywaniu strategii rozwoju na poziomie indywidualnego przedsiębiorstwa, uczestnika klastra, i na poziomie regionu i kraju [3].

Proces tworzenia transgranicznych klastrów w zachodnich regionach Ukrainy nabral szczególne znaczenia w związku z intensyfikacją procesów integracyjnych i wejściem regionów przygranicznych w europejską przestrzeń gospodarczą. Stworzenie takich klastrów przez rządy z różnych krajów pociąga za sobą wejście firm, organizacji, instytutów badawczych, uniwersytetów, aby wzmocnić związek między tymi strukturami, które muszą rozwijać i wspierać innowacje, przede wszystkim nie dla siebie, ale dla rozwoju transgranicznego regionu i wspieranie gospodarki opartej na wiedzy. Oznacza to, że nowe produkty i procesy są wynikiem działań wielu firm i instytucji w ich wspólnych działaniach, w wyniku czego region transgraniczny otrzymuje synergistyczne efekty z ich interakcji.

1. Bilyk V.V., 2016. *Korzyści tworzenia innowacyjnych klastrów we współczesnej gospodarce*. Czasopismo naukowe Uniwersytetu Stanowego w Chersoniu. *Nauki ekonomiczne*, 2, s. 61-64. 2. Nosik O.M., 2016. *Otwarte innowacyjne systemy: główne cechy i kierunki internacjonalizacji*. Czasopismo naukowe Uniwersytetu w Dniepropietrowsku. *Zarządzanie innowacją*, 6, s. 103-113. 3. Butenko A.I., Lazareva E.V., 2009. *Fenomen klastra w tworzeniu innowacyjnego modelu gospodarki regionu*. *Inwestycje: praktyka i doświadczenie*, 2, s. 25-28.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Тези доповідей VII Міжнародної
науково-практичної конференції**

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ
РОЗРОБОК**

**MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESS IN UKRAINE:
PROBLEMS OF COMMERCIALIZATION OF SCIENTIFIC
AND TECHNICAL RESEARCHES**

Відповідальний за випуск Карий О. І.

Один електронний оптичний диск CD-ROM.
Об'єм даних у мегабайтах 2,05 Мб.
Наклад 20 прим. Зам. 180734.

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 4, Львів, 79013
тел. +380 32 2582146, факс +380 32 2582136
vlp.com.ua, ел. пошта: vmr@vlp.com.ua