

Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)
Інститут економіки ім. Паата Гугушвілі
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)
Вища Лінгвістична Школа (м. Ченстохова, Польща)
Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень
(м. Дніпро, Україна)
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)
Мерія м. Громадка (Польща)

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2019:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 18–19 квітня 2019 р.)

У восьми томах

Том 5. Стратегії інноваційного розвитку підприємств
в умовах глобалізації

Дніпро
Видавець Біла К. О.
2019

*Затверджено на засіданні вченої ради економічного факультету
(протокол № 7 від 25.03.2019)*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Поляков М. В. – д-р фіз.-мат. наук, проф., член-кореспондент НАН України, ректор Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, *голова оргкомітету*;

Гринько Т. В. – д-р екон. наук, проф., Заслужений діяч науки та техніки України, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Грабчук О. М. – д-р екон. наук, доц., зав. кафедри фінансів Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Іванов Р. В. – канд. фіз.-мат. наук, доц., зав. кафедри економічної кібернетики Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Коваленко О. В. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки підприємств Запорізької державної інженерної академії;

Абесадзе Р. Б. – д-р екон. наук, проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі;

Раманаускас Юліус – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

Томаш Кук – віце-президент Вищої Лінгвістичної Школи;

Шевцов А. І. – д-р техн. наук, професор, директор Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень у місті Дніпро;

Серджо Велеско – д-р екон. наук, професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у місті Міттвайда;

Дімітров Іван – д-р екон. наук, проф., професор кафедри економіки та управління університету професора доктора Асена Златарова;

Даріуш Павліцій – мер міста Громадка (Польща);

Величко Л. А. – канд. наук з держ. упр., доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Гвініашвілі Т. З. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Олійник Т. І. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 квіт. 2019 р. : у 8 т. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019.

ISBN 978-617-645-326-0

Т. 5. Стратегії інноваційного розвитку підприємств в умовах глобалізації. – 2019. – 104 с.

ISBN 978-617-645-331-4

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 18–19 квітня 2019 року в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336
ББК 65.01**

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Doctor of Economics Grynko T. V.

Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

FORESIGHT AS A MODERN TOOL FOR STRATEGIC PLANNING OF A BUSINESS SUBJECT

The transformation of the processes of society development and socio-economic conditions of functioning requires the development of new non-standard approaches, tools and management mechanisms, the implementation of which will achieve significant results for both business entities and for the country as a whole. One of such modern approaches to management is strategic planning based on strategic thinking, forecasting changes in environmental factors for the period when the strategic goal is achieved and allows the development and implementation of strategic plans of business entities. The economic benefit of using strategic planning is to make the most efficient use of resources to ensure long-term development.

Strategic planning is the main component of strategic management, which is a process consisting of four stages: the formation of strategic goals, the definition of the strategy of the enterprise; development of a complex of measures for implementing the firm's strategy; control and identification of the main problems in implementing the strategy. Based on the goals and results of strategic analysis, top management decisions have been made on promising directions of activity of the subject of entrepreneurship. Analysis and forecasting of changes in environmental factors allows us to determine market opportunities and risks of development in the strategic period. The success of the strategy depends on the commitment of the staff and the system of motivation. Control includes feedback, assessment of the compliance of the results achieved with the target and adjustments based on the results of strategic control. The process of strategic planning has a cyclical nature, which is continuously implemented by the subject of entrepreneurship and is aimed at the future.

One of the methods of investigation the future is Forsyth's technology. According to a generalized approach under Forsyth, it can be understood «systematic attempts to assess the long-term prospects of science, technology, economics and society, in order to determine the strategic directions of research and new technologies capable

of providing the greatest socio-economic benefits.» [1]. The term «Foresight» as well as «strategy» was first used in military affairs to determine promising military technologies. [2].

Under current conditions, foresight gradually becomes one of the tools of strategic planning of successful entrepreneurship and the integration of foresight into making strategic decisions. Foresight implementation is based on the principles: – volatility – strategic changes are made up and down, with the rate of change may be different and changes can be spread unpredictably;

- uncertainty of the future result – there is no certainty of a particular result;
- ambiguity – the lack of clear estimates of the future associated with the use of expert assessments and the lack of uniformity of the technology of foresight;
- turbulence – changes, together with increased volatility and ambiguity, lead to the turbulence of the environment of the business entities;
- probability of the results – there are no similar historical data, events with high impact can play turning points that change the direction of the trend or system.

Foresight as a research method is based on a systematic approach and considers changes from the point of view of systems. Each system and its parts are part of any other system. Interaction of the system and its parts can cause unexpected and non-intuitive results. System thinking is aimed at better understanding of the goals of the system.

Foresight helps to get a better and systematic understanding of changes in the world and around the organization. Strategic Foresight enables entrepreneurs to learn about volatility, uncertainty, complexity and ambiguity of trends and future events in the world. The methods and practices of strategic foresight make it possible to make informed management decisions regarding short-term actions, through a better understanding of the strategic future. It should be borne in mind that the subject of entrepreneurship can affect the future, albeit within the limits set by the world. Today, as a kind of foresight, scenario planning and forecasting of the «official future» based on the construction of matrices are used. Strategic prediction addresses changes in the world that may affect the achievement of the strategic objectives of the business entity. Influential developments can be called change drivers, and the main scenarios for future events are developed around the dynamic aspects of these drivers. Scenarios are numerous alternative futures built on the basis of intuitive logic. The expected future can be one of the scenarios. Script is a description of contextual developments beyond the scope of the subject of entrepreneurship.

Foresight technology is only actualized in Ukraine, but every year it becomes more and more popular.

Consequently, the strategic foresight does not provide the best forecasts for the future, but forms strategic prediction better preparedness for various future events that are possible and plausible. Strategic prediction requires a systematic analysis of the identification of driving forces and changes to the development of strategic plans. This allows you to take advantage of future market opportunities and make successful strategic management decisions, break new business strategies.

References:

1. Ben R. Martin. Technology Foresight in a Rapidly Globalizing Economy. – SPRU – Science and technology Policy research. University of Sussex. 1995.
2. Habegger, B., 2010. Strategic foresight in public policy: reviewing the experiences of the UK, Singapore and the Netherlands. *Futures* 42, 49-58.
3. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Вип. 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.
4. Гринько Т. Методичні підходи до вибору стратегічних альтернатив розвитку суб'єктів підприємництва / Т. Гринько, М. Шибєцька // Управління розвитком. – 2017. – №1-2(187-188). – С. 94–100.

Д. э. н. Абесадзе Р. Б., д. э. н. Бурдули В. Ш.

Институт экономики П. Гугушвили ТГУ им. И. Джавахишвили (Грузия)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОПЫТА СТРАН ЕС И США В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ

Как известно, в последнее двадцатилетие в развитых странах взят курс на построение инновационной экономики. В настоящее время и перед Грузией стоит такая задача. Поэтому, чтобы совершить меньше ошибок при ее построении, следует изучить опыт развитых стран в этом направлении, в частности, в сфере опыта формирования инновационных кластеров.

Территории на которых размещены инновационные кластеры могут охватывать часть административного региона, полностью регион или даже страну. Так, например, в Дании в рамках программы конкурентоспособности выделено 16 кластеров общенационального уровня и 13 регионального. Причем Дания как страна сама по себе по европейской классификации NUTS является территориальной единицей первого уровня. Крупные кластеры общенационального уровня есть и в Финляндии (которая также относится в целом к территориальной единице NUTS первого уровня), например, телекоммуникационный кластер. Другим значительным инновационным кластером

общенационального уровня в Финляндии является кластер промышленных лесоматериалов [2, с. 105; 3].

Следует особо остановиться на роли государства в формировании кластерных стратегий. Если первоначально кластеры образовывались исключительно благодаря «невидимой руке рынка», прежде всего при модернизации ТНК, то в последнее время правительства многих стран стали оказывать этому процессу ощутимое материальное и моральное содействие, например, в рамках государственно-частного партнерства[3]и т. д. Так, в США сформировалось два вида инновационных кластеров: 1) возникшие спонтанно (по инициативе отдельных организаций или физических лиц); 2) созданные по указанию правительств штатов страны [1, с. 57].

Необходимо учитывать, что кластеры, независимо от их территориального размера, формируются преимущественно в пределах определенной отраслевой специализации. Даже инновационные предприятия знаменитой калифорнийской Кремниевой долины большей частью специализируются в области информационных технологий (см., напр., [2, с. 106]). В пределах региона первого уровня NUTS, естественно, могут существовать несколько относящихся к разным отраслям кластеров, например, в Финляндии, как было отмечено выше, существует как минимум два кластера общегосударственного уровня. Однако большинство специализированных на определенном виде деятельности инновационных кластеров в странах ЕС (которых уже насчитывается более 2 тысяч) формируется в пределах территориальных единиц более низкого уровня NUTS.

На наш взгляд, и это учитывается в преимущественном большинстве стран, при формировании региональных инновационных кластеров или технопарков, в каждом отдельном региональном инновационном кластере или технопарке не должны присутствовать все элементы инновационной инфраструктуры: некоторые элементы этой инфраструктуры могут иметься лишь в отдельных регионах, но при этом обслуживать по своему профилю другие региональные инновационные кластеры страны. Инновационные предприятия тоже могут находиться в одних регионах, а организации, разрабатывающие для них инновации – в других.

Реальная результативность кластерной политики на практике мало соответствует финансовым вложениям и ожиданиям. Так, многие страны мира не смогли реализовать свои ожидания и надежды, пытаясь повторить успех «Кремниевой долины» и скопировав условия ее функционирования и развития. Неудачи при реализации кластерной политики в существенной мере превзошли число тех проектов, которые были реализованы успешно [1, с. 64].

При таком раскладе естественно не целесообразно, следуя «моде», в каждом «объявленном» кластере создавать полный стандартный набор связанных с инновационной деятельностью объектов. Определенная часть объектов должна быть привязана только к регионам первого уровня NUTS. А особое внимание необходимо уделить созданию организаций, способствующих заимствованию инноваций: организации исследующие новые перспективные зарубежные технологии; организации, способствующие трансферу технологий (включая содействие освоению местными кадрами приобретенных за рубежом новых производственных технологий).

Список использованных источников:

1. Акопян А. Р. Роль кластеров в развитии современных национальных инновационных систем субъектов мирового хозяйства. Дисс. ... к. э. н. Москва, 2016. – Электронный ресурс: https://guu.ru/files/dissertations/2016/06/akopyan_a_r/dissertation.pdf
2. Борисов В. В., Соколов Д. В. Инновационная политика: европейский опыт. Москва: Языки славянской культуры, 2012. – Электронный ресурс: <http://window.edu.ru/resource/606/79606/files/riep02.pdf>
3. Ленчук Е. Б., Власкин Г. А. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран. – Ж.: Проблемы прогнозирования: 2010. – Электронный ресурс (25.03.2011): <http://institutiones.com/strategies/1928-klasternyj-podxod-v-strategii-innovacionnogo-razvitiya-zarubezhnyx-stran.html>

Алещенко В. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні інноваційна діяльність стає все більш важливою та актуальною, адже вона є основою економічного розвитку будь-якого підприємства. Тому виникає необхідність управління інноваціями від якого залежать як активізація підприємницької діяльності, так і добробут у суспільстві.

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» під інноваційною діяльністю розуміють діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1]. Саме безперервне проведення інноваційної діяльності, а також випуск об'єктів, які є промисловою власністю (створення нових конкурентоспроможних технологій та продукції, які приносять додатковий прибуток) сприяє економічному процвітання як окремого підприємства, так і країни взагалі.

Здійснення інноваційної діяльності має свою особливість – підвищений ризик в порівнянні із звичайною підприємницькою діяльністю. Це пояснюється тим, що інноваційна діяльність характеризується творчістю та новизною у науково-технічній роботі, тож можна отримати як позитивний, так і негативний результат. Тому велика кількість підприємців взагалі не наважується займатися інноваціями. Порівнюючи з іншими країнами, де частка підприємств, які займаються інноваційною діяльністю складає 70–80 % від їх загальної кількості (наприклад, в Німеччині, Японії, США), в Україні дуже мала кількість інноваційних підприємств. Так у 2017 році інноваційною діяльністю займалось 672 промислових підприємства (14,3% від їх загальної кількості), тоді як у 2015 році – 723 (15,2%), а у 2010 році – 1217 (11,5%) [2]. Такий стан обумовлений насамперед недостатнім фінансуванням, ризиком та невизначеністю у сфері інновацій, а також недосвідченістю щодо управління нововведеннями.

Враховуючи нестабільність ринку, ніхто не має гарантії того, що створення нових продуктів чи технологій принесе бажаний результат. Проте існують методи, які можуть підвищити імовірність успіху.

Можна виділити основні правила, яким необхідно слідувати задля ефективного управління інноваційною діяльністю. Серед них такі [3; 4]:

- виділення таких напрямів діяльності даного підприємства, які є найбільш ризикованими;
- використання різноманітних джерел та досвіду розвинених країн для створення новаторської ідеї;
- визначення основних результатів та кількісних цілей, які будуть досягнуто за допомогою інноваційного проекту;
- планування основних етапів роботи по реалізації даного інноваційного проекту (поки не закінчено попередній етап роботи, перейти на наступний – неможливо).

Виконання зазначених кроків управління інноваціями обов'язково зменшить рівень ризику та сприятиме досягненню успіху.

Управління інноваційною діяльністю є складним процесом, що направлений на досягнення поставленої мети та передбачає виконання певних функцій під час планування, організації, мотивації, контролю і регулювання впровадження нововведень. Варто зазначити, що можуть виникати певні проблеми у процесі управління та визначення специфіки даного об'єкта управління – інноваційної діяльності.

Дефіцит кваліфікованих кадрів є основною проблемою в управлінні інноваційною діяльністю на підприємстві. Найчастіше цим питанням займаються не спеціалісти по інноваціях, а вчені та інженери. Можливо, вони знають які

результати можна отримати за допомогою інноваційних проєктів, але, на жаль, не знають як цього досягти. Так навіть найперспективніша ідея може зазнати провалу.

За умов певного ризику й невизначеності, успішному і якісному прийняттю рішень в управлінні інноваційною діяльністю заважає відсутність належної організаційної структури підприємства (особливо великого), яка адаптована до специфіки здійснення інноваційної діяльності. Так за допомогою створення спеціальних структурних одиниць або підрозділів (наприклад, внутрішній венчур) можна набагато ефективніше управляти інноваційною діяльністю.

Наведені проблеми вимагають особливої уваги. Їх першочергове вирішення допоможе підвищити результативність інноваційних процесів, що в свою чергу активізує створення та впровадження на підприємстві різних нововведень, і це дуже важливо, адже головною складовою успіху на будь-якому підприємстві є інноваційна діяльність.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Величко О. П. Маркетинг, інновації та якість як об'єкти стимулювання в управлінні вітчизняною вищою освітою / О. П. Величко, Л. А. Величко // Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 28–30 вересня 2017 р.) / Сумський державний університет. – Суми: Триторія, 2017. – С. 52–53.
4. Боярська М. О. Управління інноваційними процесами на підприємствах: особливості реалізації / М. О. Боярська // Економіка підприємства та управління виробництвом. – 2011. – №4. – С.112–116.
5. Гринько Т. В. Теоретико-методологические основы адаптивного инновационного развития / Т. В. Гринько // Экономика промышленности. Институт экономики промышленности НАН Украины. – 2011. – №2-3 (54-55).

Андросова І. О., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Поняття інноваційна економіка набуло поширення лише у 1990–х роках, та застосовувалось до країн, де 60–80 % промислових підприємств займались інноваційною діяльністю. Сектор інноваційної економіки з'явився у країнах з середнім та високим рівнем розвитку ще після першої науково-технічної революції.

Інноваційна економіка – це економіка країн, яка здатна ефективно використовувати будь-які корисні інновації для суспільства, це можуть бути патенти, ноу-хау, ліцензії, нові або запозичені технології.

До складу інноваційної економіки входять шість основних елементів: наука; освіта; інноваційна промисловість, що реалізує ноу-хау; людський капітал (включаючи якість життя та спеціалістів з високою кваліфікацією); інноваційна система, що включає законодавчу базу та матеріальні складові інноваційної системи; сприятливі умови функціонування наукової сфери, праці та життя новаторів.

Одним з ключових етапів постіндустріальної інноваційної економіки є економіка і суспільство знання. Саме інноваційна система і економіка, венчурний бізнес в різних країнах являються моделлю для країн що розвиваються, до яких і відноситься Україна [1].

Головним орієнтиром для оцінки інноваційних процесів в світі є глобальний інноваційний індекс, що був введений в 2007 році у Корнельському університеті. Цей показник характеризує рівень впровадження інновацій в різних сферах, таких як освіта, бізнес, інституції, інфраструктура, та формує рейтинг серед 126 країн. З кожним роком Україна впевнено підіймається у свої позиціях в рейтингу серед країн світу. Згідно цього індексу Україна займає 43 місце у 2018 році, перше місце займає Швейцарія. Найбільш високі показники в інноваційних процесах проявляються в освіті та науці, бізнесі (43 і 46 місця відповідно), але інституції та інфраструктури залишаються в занепаді (107 та 89 місця відповідно) [4].

Для подальшого росту індексу та росту в інноваційній сфері Україні слід провести реструктуризацію економіки, що буде направлена на розвиток економічної активності в нових (нетрадиційних) видах діяльності. За спостереженнями вчених інновації – це найбільш ефективний каталізатор пожвавлення економіки, вони сприяють економічній реструктуризації, росту виробництва та являються головним джерелом економічного росту в країні [5].

Основний вплив на ці зміни здійснює держава, що проявляється в фінансуванні науки, системи економічного стимулювання підприємств до здійснення новітніх розробок, підтримка підприємницької діяльності, заохочення іноземних інвестицій. Одним з найпродуктивніших напрямів сприяння держави перейти на інноваційну модель економіки є фінансування роботи лабораторій, земель для будівництва теплиць, території для складування та транспортування, нова дорожня інфраструктура, виставочні зали – все це на умовах пільгових кредитів.

Однією з головних проблем низького рівня інноваційної діяльності підприємств України є несформований попит промисловості на інновації, слабкі

ринкові стимули для розвитку науки. Причинами цього є: відсутність дій системи економічного стимулювання інноваційної діяльності, система науково-дослідницьких та досвідчено-конструкторських робіт в цілому не має на увазі доведення наукових розробок до їх комерційного використання. Протягом 2004–2018 рр. наукоємність ВВП (використовується для аналізу надходжень у наукову сферу) скоротився на 0,53% і складає 0,66% ВВП, це мінімальне значення за всю історію України. Цей показник не відповідає критеріям розвинутих країн, де значні фінансові вливання направлені на розробки та дослідження [3].

Спираючись на данні Global Innovation Index, індекс інноваційного розвитку України, що складає 38,5, дозволяє Україні займати 43 місце серед 126 країн у 2018 році. Для порівняння країна-сусід Польща має індекс 41,7 і займає 39 місце у рейтингу. Також Україна стала одним з лідерів серед країн, що ефективно здійснюють інноваційну діяльність шляхом перетворенню інвестицій в освіті та дослідженнях у сфері НДДКР у високоякісні розробки. [6]

В Україні загальний об'єм фінансування науки становить 10,3 млрд грн, з них країна вкладає лише 4,1 млрд грн. Державні витрати на науку втричі менші, ніж фінансування країн Європи у свою науку [2].

Через хронічне недофінансування сфери НДДКР порушує цілісність структури, виснажує кадровий потенціал. За останні роки чисельність працівників наукових організацій зменшилась на 18,6%. Значна частина витрат на наукові та науково-технічні роботи самостійно організацією спрямовується на оплату праці працівників – 51,9%, фактично через це не відбувається оновлення парку наукових приладів і устаткування. Близько 75% наукового устаткування науково-дослідних організацій і лабораторій НАН України експлуатується понад 15 років, у розвинутих країнах термін становить 5-7 років.

Згідно цих умов Україна не може виступати конкурентом для інших розвинутих країн, оскільки розробки не доходять до стадії впровадження у виробництво.

Перехід до нової інноваційної політики повинен супроводжуватись вдосконаленнями в сфері освіти та науково-технічної діяльності та в сфері економіки. Ключові напрямлення розвитку країни у цьому напрямленні прописані у стратегії ЄС «Європа-2020. Стратегія розумного, стійкого і всеосяжного росту»:

1. Створення Європейського дослідницького простору.
2. Покращення умов для бізнесу та інновацій.
3. Впровадження партнерства між ЄС та країнами-учасниками.

4. Укріплення та розвиток політичних інструментів для розвитку інноваційної сфери.

5. Розширення партнерських відносин між освітою, бізнесом та наукою [3].

Отже, для України ці стратегічні кроки допоможуть впровадити інноваційну модель економіки у короткі строки та виступають орієнтирами для подальшого розвитку. Враховуючі роль бізнесу у формуванні попиту на інновації, зміна орієнтиру на такий вид діяльності буде мати основне значення. Це допоможе при завоюванні нових ринків та виходу на світовий ринок. При допомозі влади, українські підприємці за наявності інновацій стануть більш конкурентоздатні та матимуть перспективи для покращення позицій на ринку.

Список використаних джерел:

1. Корчагин Ю.А., Инновационная экономика и экономика знаний [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=11&page=37>.
2. Перезапуск или Куда идет экономика Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://project.liga.net/projects/economical_innovations/
3. Україна піднялася на 7 позицій у Глобальному індексі інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://talks.happymonday.com.ua/ukraine-u-globalnomu-indeksi-innovacij/>.
4. Гринько Т. В. Сутність інноваційної активності підприємства та її оцінка / Т. В. Гринько // Бізнес Інформ: Науковий журнал, 2011. – №11 (406). – С. 62-64.
5. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним потенціалом підприємства: теоретичний аспект / Т. В. Гринько, С. О. Єфімова // Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи: Колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2016. – С. 23–32.
6. Аналіз індекса інноваційного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
7. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – №1-2 (2). – С. 51–54.

Антоненко С. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентне середовище промислових підприємств у сучасних умовах характеризується високим рівнем динамізму економічних відносин, а відтак, скороченням планового періоду стабільної їх діяльності. Істотні зміни в масштабі й складності зовнішнього середовища промислових підприємств посилюють невизначеність прийняття та реалізації управлінських рішень стратегічного та тактичного характеру [1]. Досліджуючи стратегічне управління розвитком

підприємства, вчені дійшли висновку, що воно спрямоване на створення конкурентних переваг підприємства і утвердження ефективної стратегічної позиції, що забезпечить майбутню життєздатність підприємства в мінливих умовах [2].

Формування стратегії представляє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів, об'єднаних єдиною глобальною метою – забезпечити і підтримувати високий рівень конкурентної переваги підприємства. Як і будь-яка система, стратегія схильна до впливу певних закономірностей, їй повинні бути притаманні такі характеристики, як цілісність, інтегративність, комунікативність та ін. [2]. Це означає, що найбільший ефект досягається в тому випадку, якщо всі складові стратегії реалізуються в умовах координації з єдиного центру; рішення, що приймаються в рамках кожної з складових, ув'язані за часом і ресурсами і не суперечать одне одному. При заданому рівні стратегічних ресурсів підприємство володіє потенційними можливостями досягнення глобальної і локальних цілей динамічного розвитку в конкурентному середовищі.

У зв'язку з цим автор [3] пропонує основні концептуальні етапи вибору стратегії, відзначаючи їх основний зміст і ключові позиції. На першому етапі визначаються типи можливих стратегій (швидкого зростання, стабільного розвитку, фінансової стійкості). На другому етапі проводиться аналіз можливих стратегій. На основі сценаріїв майбутньої поведінки підприємства і зовнішнього середовища, отриманих у процесі моделювання, формується набір можливих рішень. На третьому етапі здійснюється вибір стратегії розвитку підприємства. Із сукупності можливих рішень відбирається найбільш прийнятні і уточнюються його цілі, засоби й індикатори (показники, норми, умови тощо).

Процес вибору стратегії розвитку підприємства повинен, на думку автора [4], підкорятися таким основним принципам:

- Стратегія узгоджується з підприємством (відповідає його статутним цілям і нормам; узгоджується із загальною стратегією підприємства в цілому та її окремими компонентами; концентрується на ключових проблемах економічної діяльності).

- Стратегія має внутрішню узгодженість своїх структурних компонентів (є єдністю економічних цілей, засобів функціональних елементів та індикаторів ступеня їх досягнення; внутрішня збалансованість; будується і реалізується на єдиній інформаційній базі, основу якої складають дані бухгалтерського обліку та звітності).

- Стратегія узгоджується із зовнішнім середовищем (з потенціалом зміни навколишнього середовища; ґрунтується на законах макроекономіки і мікроекономіки).

– Оптимальна збалансованість стратегії з урахуванням ресурсного потенціалу.

Зазначені основні групи принципів дозволяють підійти до процесу формування стратегії всебічно й обґрунтовано. У загальному випадку основним є принцип аналітичного характеру вибору стратегії [2].

Сучасна стратегія підприємства – це майбутнє бачення органічного поєднання ефективних бізнес-стратегій, у рамках яких досягається системний синергетичний ефект. При цьому необхідно виділити три базові можливості досягнення такого ефекту [1]:

– функціональна – досягнення ефекту за рахунок того, що більшість функціональних служб підприємства використовують свою особливу професійну компетенцію в тактиці всіх спеціалізованих видів діяльності і за всіма окремими бізнес-лініями;

– стратегічна – досягнення позитивного ефекту за рахунок компліментарності всіх конкурентних стратегій підприємства на всіх рівнях виробництва і управління;

– управлінська – досягнення ефекту за допомогою особливої системної компетенції менеджменту підприємства.

При визначенні стратегії розвитку промислових підприємств основну увагу частіше приділяють перспективному плануванню як сутнісній основі стратегічного управління. Реалізація перспективного плану є вирішальною складовою управління. Складовою частиною реалізації стратегії є мобілізація потенціалу підприємства та здійснення відповідних змін. Від глибини й масштабів змін, які доцільно провести на промисловому підприємстві, залежить складність упродовження стратегії.

Таким чином, передумовами для ефективного виконання стратегічного плану є, передусім, наявність відповідної організаційної культури і структури, що дозволяє реалізувати стратегію, високий рівень внутрішньої згуртованості персоналу, створення адекватних систем мотивування й організації праці тощо. Найдосконаліший стратегічний план може стати марним, якщо він не пов'язаний з персоналом підприємства, який не залучений у здійснення стратегії. Підприємство, як правило, застосовує кілька взаємопов'язаних або доповнюючих стратегій. Портфель стратегій формується залежно від поставлених цілей розвитку, рівня розвитку науково-технічної діяльності підприємства та інноваційних завдань, що впливають із них, а також факторів, що впливають на інноваційний розвиток підприємства.

Процеси економічної трансформації України за часів незалежності не привели до очікуваного економічного зростання і подолання економічної та технологічної відсталості від розвинених країн. На нашу думку, вирішенням вказаної проблеми в умовах обмеженості матеріальних, фінансових, часових та трудових ресурсів є підвищення конкурентоспроможності, модернізація економіки країни, а також поступовий її перехід на інноваційний шлях розвитку.

Список використаних джерел:

1. Пашенко О. П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О. П. Пашенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 2. – Т. 2. – С. 99–103.
2. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі / О.В. Раєвнева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
3. Тищенко О. М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія ; за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенка. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
4. Харченко В. А. Особливості застосування системного підходу до управління підприємством / В. А. Харченко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Зб. наук праць. – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2012. – Вип.1. – Т. 2. – С. 242–246.
5. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Вип. 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.

Власов Є. І., к. і. н. Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (на прикладі індустріального туризму)

Туристичний бізнес є досить гнучкою сферою діяльності, на яку впливають тенденції сучасного розвитку суспільства. Напрями та обсяги туристичних потоків залежать від побажань споживачів туристичного продукту. Глобалізаційні процеси в світі призвели до значного збільшення кількості напрямів діяльності підприємств сфери туристичних послуг. Саме тому на противагу класичному туризму почали виникати альтернативні напрями: індустріальний, темний, космічний, мілітарі (воєнний), гастрономічний та інші види турів.

В умовах розвитку суспільства туристичним підприємствам слід адаптуватись до глобалізаційних процесів та урізноманітнювати ринок послуг унікальними турами, що допоможе поліпшити свій конкурентний стан на туристичному ринку [1].

Саме такими турами можуть стати нетрадиційні види туризму. Альтернативні види туристичної діяльності можуть вдало доповнити туристичний пакет агенції або фірми. Також до суттєвих переваг слід віднести те, що в сегменті нетрадиційних туристичних послуг суттєво нижча конкуренція, ніж на ринку традиційного туризму.

Індустріальний туризм має спільні риси з пізнавальною туристичною діяльністю, але слід відрізнити «індустріальний» від «індустріально-пізнавального». Пізнавальний аспект даної галузі виникає тоді, коли об'єкти індустріальної екскурсії дають змогу туристам отримати певний досвід, тобто припускає екскурсію, як обов'язкову частину офіційної програми навчання. Індустріальний туризм може виникнути випадково та не входити до складу структурованої програми навчання [2]. Популяризації індустріального туризму сприяє гнучкість даного виду подорожей. Індустріальні тури використовуються не лише як культурно-пізнавальний вид туристичної діяльності, а й як діловий туризм. Останнім часом багато дослідників асоціюють поняття «діловий туризм» та «індустріальний». Отже індустріальний туризм в якості ділового туру виступає в тому випадку, коли відвідуються виставки або ярмарки під час бізнес-поїздки. Під час перебування екскурсантів на підприємствах в них з'являється можливість оглянути вироблену продукцію, а також вони мають змогу спостерігати за процесом виробництва.

Особливу увагу слід звернути на проблеми розвитку даного виду туристичної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1. Основні проблеми розвитку індустріального туризму *

Проблема	Шляхи подолання
Є наявними проблеми, пов'язані з ліцензуванням організацій, що займаються просуванням індустріального туризму	Створення та прийняття Програми розвитку індустріального туризму в країні та в окремих індустріальних регіонах, спрощення податкової політики. Залучення центральних та місцевих туристичних адміністрацій до процесу вирішення проблем розвитку індустріального туризму
Відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів	Проведення маркетингових досліджень, розробка пакету рекламно-інформаційних матеріалів з інформацією про об'єкти індустріального туризму, умови проживання, надані послуги, туристичні можливості регіону тощо
Незацікавленість і необізнаність місцевої влади та керівництва	Проведення семінарів з індустріального туризму, присвячених принципам організації, методам і системам управління, створення проєктів діяльності з організації послуг індустріального туризму. Надання індустріальним підприємствам певних преференцій за умови розвитку на їх базі індустріального туризму
Відсутність спеціалізованих туроператорів, гідів та екскурсоводів	Розробка семінарів і курсів з підготовки кадрів туроператорів та екскурсоводів у галузі індустріального туризму

* Складено авторами за даними [3].

Індустріальні тури можуть стати важливою інноваційною складовою розвитку туристичних підприємств, тим самим залишаючи їх цікавими для споживачів. Тому такі нетрадиційні види туристичної діяльності мають детально вивчатись на теоретичному рівні та впроваджуватись в практичну діяльність підприємств. Важливо зазначити, що особливу увагу слід приділити вивченню маркетингової складової даних видів діяльності, яка повинна адаптувати нетрадиційний туризм для широкого кола споживачів.

Як висновок слід відзначити, що інноваційним вектором розвитку підприємств туризму може стати вдале використання індустріального потенціалу регіону. Особливу увагу необхідно звернути на маркетинг та просування цього специфічного товару на ринку туристичних послуг. Індустріальний туризм має суттєвий потенціал розвитку в багатьох країнах світу та завдяки своїй доступності та гнучкості може стати важелем інноваційного розвитку для туристичних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Сливенко В. А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств [Електронний ресурс] / В. А. Сливенко, А. О. Єрмакова// Ефективна економіка. – 2018. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
2. Свірідова Н. Д. Індустріальний туризм: теоретичні / Н. Д. Свірідова// Географія та туризм. – Серія: Географія рекреації та туризму: теоретичні та практичні питання. – 2010. – С. 8.
3. Сардак С.Е. Розвиток індустріального туризму в Європі / С. Е. Сардак, Є. І. Власов // Економіка і суспільство. – 2018. – Вип. 19. – С. 81.

К. е. н. Воробйова Н. П., к. е. н. Коваленко О. М., Вінічук І. М.

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна)

КУЛЬТУРНИЙ КАПІТАЛ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Усвідомлення того, що економіка вимірюється культурою, а культура вимірюється економікою прийшло до країн Західної Європи в кінці минулого століття, коли почався розвиток підприємницької діяльності в культурі. Розуміння того, що основною метою економічного розвитку є створення культурних цінностей і що культура виступає головним рушієм і показником економічних змін з'явилося в середині та наприкінці 90-х років минулого століття. «Безперечно, економічна діяльність сама по собі не є метою, але має цінність тільки тоді, коли сприяє людському щастю». Ці слова належать не

діячу культури чи психологу, а професору економіки Цюрихського університету, відомому досліднику Бруно Фрею. Саме тому останнім часом широко досліджуються культурний сектор та різні види економічної діяльності, що його живлять і розвивають. Але такі дослідження неможливі без розуміння сутності культурного капіталу, який очевидно при певних умовах конвертується в економічний капітал. За теорією П. Бурдьє – культурний капітал може виступати в трьох станах: інкорпорованому стані [embodied state], тобто в формі тривалих диспозицій розуму та тіла; об'єктивованому стані [objectified state] – в формі культурних товарів (картин, книг, словників, інструментів, машин і т. д.), що виявляють собою відбиток або втілення теорій або їх критики, деякого кола проблем і т.д.; нарешті, інституціоналізованому стані [institutionalized state], тобто в формі об'єктивації (її слід розглядати окремо, оскільки вона наділяє культурний капітал абсолютно оригінальними властивостями, які, як передбачається, той зберігає). Більшу частину властивостей культурного капіталу можна вивести з того факту, що в своєму основному стані він пов'язаний з тілом [the body] і передбачає певну інкорпорування [embodiment]. Накопичення культурного капіталу в інкорпорованому стані, тобто в формі того, що називається культурою, культивуванням [Bildung], передбачає процес втілення в тілесні форми [embodiment], інкорпорування. Оскільки цей процес тягне за собою зусилля по освоєнню і асиміляції, він вимагає витрат часу – безпосередньо самого інвестора [4].

Інкорпорований капітал, зовнішнє багатство, перетворене в невід'ємну частину особистості, в хабітус, не може миттєво передаватися актом дарування або успадкування, купівлі або обміну (на відміну від грошей, прав власності або навіть аристократичних титулів). Отже, використання або експлуатація культурного капіталу ставить певні проблеми перед власниками економічного або політичного капіталів – будь то приватні власники або, якщо брати іншу крайність, підприємці, які наймають виконавців з певної культурної кваліфікацією (не кажучи вже про керівників нової держави) [3].

Оцінюючи ступінь дослідження теоретичних інтерпретацій концепту «культурний капітал», слід вказати на її недостатню наукову розробленість, особливо в аспектах ідентифікації та аргументації його смислових ознак в системі соціальних комунікацій. В інформаційному суспільстві процес формування професійної культури тісно пов'язаний з процесом формування інформаційної культури, що передбачає використання різноманітних засобів, до яких належать знакові системи, найсучасніша комп'ютерна техніка, методи та прийоми мислення, організаційні форми діяльності (навчаючі технології) [2]. Слід підкреслити, що

в концептуальних межах соціальних парадигм безпосереднє використання концепту «культурний капітал» є обмеженим, оскільки змістовну інтерпретацію набувають еквівалентні даному концепту термінологічні аналоги («запас знань», «досвід», «освітньо-культурний рівень», «освіченість», «компетентність», «обізнаність», «людський капітал», «інтелектуальний капітал» та інші) [4].

В IP-телефонії, що передбачає оцифрування голосу абонента і надсилання отриманих даних окремими пакетами мережею Інтернет, враховуються положення стандарту ISO 9000 щодо якості встановлення з'єднання та власне якості самого з'єднання. Нова роль простору і часу зробила необхідним використання Інтернету як інструменту підприємництва для перебудови зв'язків між трьома ключовими постатями бізнесу – постачальником, самою компанією і споживачем. Виник і розвивається єдиний електронний ланцюжок поставок, у якому споживач може управляти складом свого постачальника, формуючи замовлення на виробництво і навіть конфігурацію продукту [1].

Стандарти супроводжують всі області створення елементів обчислювальної техніки, від комунікацій, де головним прикладом служить еталонна модель взаємодії відкритих систем (Open Systems Interconnection Reference Model – OSI), від запитів до систем управління базами даних.. Сьогодні Україна входить у всесвітній інформаційний простір, не маючи достатньо-виробленої мови комп'ютерної сфери, а вирішення основних проблем комунікації без комп'ютеризації та оволодіння сучасними інформаційними технологіями, а значить і без їх мовної реалізації, – неможливе. Культурний капітал дає можливість незнайомим між собою людям, які належать до однієї соціальної групи, розпізнавати один одного та вступати в комунікацію. Велику роль тут відіграє розвиток мережі Internet, збільшення кількості абонентів місцевих телекомунікаційних операторів, користувачів новими послугами та продуктами.

Список використаних джерел:

1. Берко А. Ю. Моделі інтеграції даних у відкритих інформаційних системах // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №10. – 148 с.
2. Вісник: Проблеми української термінології. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка». – 2012. – № 733. – 154 с.
3. Социологическое пространство Пьера Бурдьё. – <http://bourdieu.name/bourdieu-forms-of-capital>
4. Bourdieu, Pierre. Lesritesd'institution, Actesdelarechercheensciences sociales, Vol. 43 (1982). P. 58–63.

Головачова К. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Взагалі стратегія – комплекс дій, спрямованих для досягнення поставлених цілей шляхом розподілу ресурсів підприємства, а саме розроблення планів досягнення цілей, в яких містяться можливості підприємства [2].

Інноваційний розвиток це невід’ємна складова всіх сфер життєдіяльності людства, насамперед, підприємства як його первинної ланки. Значення інноваційного розвитку для підприємств полягає в тому, що завдяки нововведенням можна зробити продукцію конкурентоспроможною [4].

Головною складовою стратегії інноваційного розвитку є інноваційна політика підприємства. Вона представляє собою форму стратегічного управління, що визначає мету та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, які направлені на забезпечення його конкурентоспроможності [5].

Дані Євростату та Національного наукового фонду США про частку високо- та середньо високотехнологічного секторів у виробництві промислової продукції за 2016 році показані у табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка виробництва промислової продукції

Країна	Високотехнологічний сектор, %	Середньо високотехнологічний сектор, %	ВВП на душу населення, \$
Швейцарія	14,6	21,3	76 667,4
Ізраїль	38	12,6	34 134,8
Південна Корея	21	33,4	26 152
Німеччина	3,7	28	46 747,2
Чехія	4,2	42	22 779,3
Україна	2,9	10,9	2 991,6

Отже, як видно з таблиці найбільша частка високотехнологічного сектору у виробництві промислової продукції припадає Ізраїлю – 38 %, а в середньо технологічному секторі – перше місце займає Південна Корея – 42 %, щодо ВВП на душу населення, то він найбільший у Швейцарії – 76 667 \$, а найменший в Україні – 2 991,6 \$, що свідчить про низький рівень життя населення України.

В основі впровадження стратегії інноваційного розвитку повинні бути стратегічні управлінські рішення, спрямовані на перспективу, в покращенні зміни середовища і пов'язані з залученням істотних матеріальних ресурсів [2].

У 2017 році скоротилась кількість промислових підприємств, що займались інноваційною діяльністю, на 9% порівняно з 2016 роком до 16,2% усіх підприємств промисловості, таким чином спостерігається негативна динаміка обсягу підприємств у 2017 р., що займались нововведеннями

Глобалізація та сучасні технології зв'язку надають умови для формування та розвитку успішних підприємств, які займаються інноваційною діяльністю (незважаючи на технологічну відсталість, низьку купівельну спроможність покупців, а також незручне місце розташування), завдяки включенню у міжнародні ланцюжки створення доданої вартості. Це позитивно впливає на розвиток більшої кількості галузей економіки та надає додаткові можливості для вітчизняних малих і середніх підприємств.

Проблеми учасників інноваційного процесу:

1) нестача фінансування, зокрема державного, через низький ступінь благополуччя держави та інші актуально значимі цінності економічних витрат;

2) мале застосування вченими та малим і середнім бізнесом можливостей щодо участі у міжнародних програмах;

3) відсутність справних комунікацій серед учених і резидентів бізнесу, зацікавленого у формуванні інновацій, відомостей про новітні і поліпшені науково-технічні постанови;

4) недостатня кількість даних про позитивні зразки щодо перетворення ідеї на інноваційний товар;

Напрями і способи розв'язання проблем:

а) підвищення фінансування досліджень на конкурсній основі; ознайомлення з найкращими напрямами формування науки і техніки та інноваційної діяльності;

б) формування територій із значним зосередженням творчих професіоналів

в) формування із залученням всесвітніх фахівців закладів обміну досвідом та державних ресурсів з навчання підприємництва та нововведеннями, насамперед мережі покращення кваліфікації як для педагогів, так і для керівників закладів вищої освіти та наукових установ.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства / Т. В. Гринько. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/>
2. Дикань Н. В. Менеджмент: навч. посіб. для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. – К., 2008. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/13560615/menedzhment/ponyattya_strategiyi_elementi_rivni_strategiyi_viznachennya_misiyi_firmi
3. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник / відп. за вип. О. О. Кармазіна. – К. : Державна служба статистики України, 2017. – 140 с.

4. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm
5. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36380.pdf>

Д. е. н. Гринько Т. В., Можаровський О. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК СИСТЕМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЗАХІДНИХ ПРОВІДНИХ КОМПАНІЯХ ЯК ГОЛОВНА ЗАГРОЗА ІСНУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Українські інформаційно-технологічні підприємства формують в економіці країни сектор, що найбільш швидко розвивається поміж інших [1]. За минулі три роки (з 2015 по 2017 роки) українська економіка мала темпи зростання: -9,8%, 2,4%, 2,5%; то ІТ-сектор розвивався увесь час: 9%, 10%, 20%.

І за попередніми прогнозами, двадцятивідсотковий темп зростання було збережено і в 2018 році. На думку деяких експертів з міжнародною репутацією до 2025 року українське ІТ може зайняти 4,65% (у 2017 – 3,34%) ВВП і експортна складова скласти 8,4 мільярди доларів (3,6 на 2017 рік) [2].

Однак, не завжди економічне майбутнє є чітко передбачуваним. Раз від разу у економіці відбуваються потужні зміни – промислові революції.

Усього їх на даний момент нараховують чотири:

1. Перша промислова – використання сили пару.
2. Друга – сталь, електричний струм, двигуни внутрішнього згорання.
3. Третя промислова революція або перша автоматизація – використання комп'ютерів та роботів, що не здатні самотійно навчатися.
4. Четверта промислова або друга автоматизація – використання комп'ютерів, роботів, що здатні самотійно навчатися завдяки великим обсягам даних, що збираються, тобто штучного інтелекту. Саме цей етап зараз і відбувається.

Існують дві концепції штучного інтелекту (далі – ШІ): сильний та слабкий. Сильний – це інтелект подібний до людського, тобто здатний навчитися багатьом різноманітним, між собою непов'язаним речам. Слабкий – це вузькоспеціалізований інтелект.

Сучасне людське суспільство засновано на розподілі праці. І чим далі розвивається суспільство, тим більш стає цей розподіл вузькоспеціалізованим.

Слабкий ШІ може замінити людську професію, яка за своєю суттю є збір великого обсягу вузькоспеціалізованих даних, на яких ШІ і «навчатиметься».

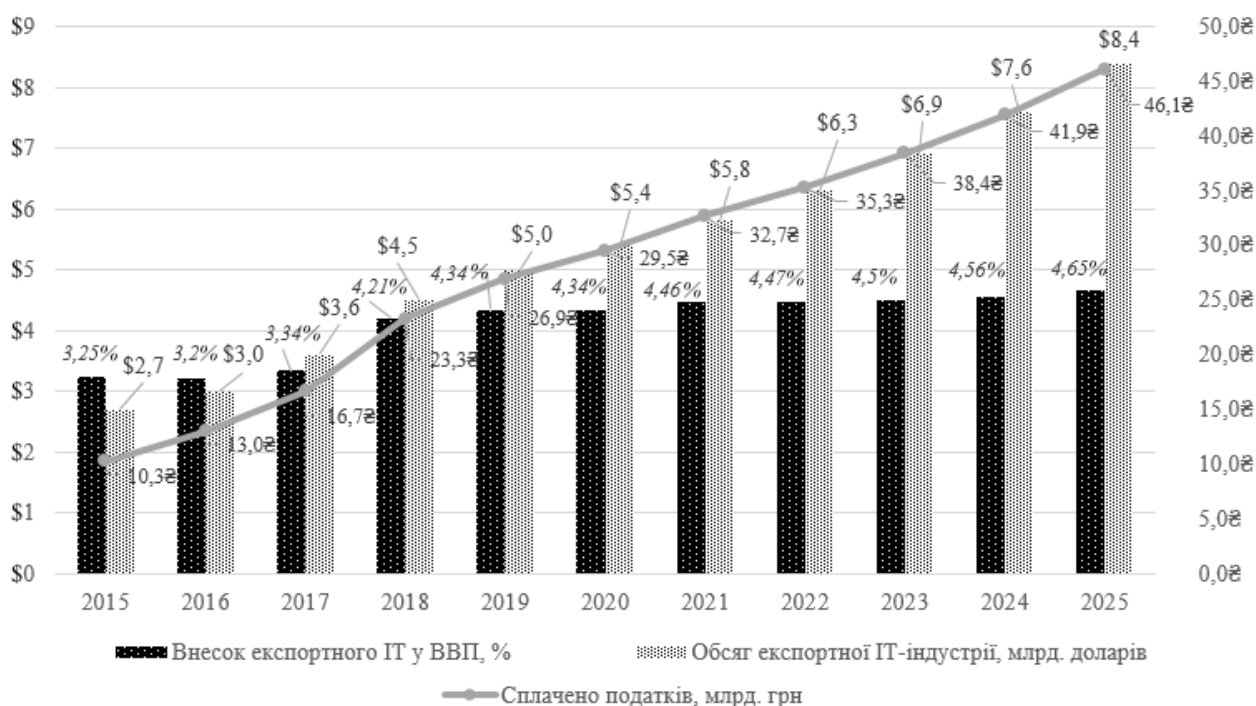


Рис. 1. Прогнозований стан української ІТ-індустрії
(складено на підставі джерела [2])

Деякі спеціалісти відзначають, що дана автоматизація інша за попередню та промислові революції, оскільки швидше автоматизує робочі місця, ніж створює інші [4].

Так, одна компанія з Сан-Франциско замінила середню ланку управління автоматизованою системою [3]. Управління виглядає наступним чином: топ-менеджмент – система ШІ – виконавці. Керівництво надає завдання, система їх аналізує, назначає працівників, яку середині компанії, так і звертається за послугами аутсорсу, тобто шукає підрядників.

Але потім система спостерігає за робочими комп'ютерами виконавців, аналізуючи як вони виконують кожне завдання, збирає дані, оброблює їх і навчається виконувати ці завдання самостійно, без чиєї-небудь допомоги.

А як загальновідомо, українська ІТ-галузь є переважно аутсорсевою і абсолютна більшість замовлень, 80%, із США. І незабаром, коли четверта промислова революція проникне у усі сфери американських підприємств, замовлення українським програмістам обов'язково зменшаться у обсязі.

Отже, для українського ІТ-сектору можна рекомендувати:

1. Оригінальність. З рештою, ШІ лише навчається на чужих ідеях.

2. Потрібно постійно вивчати та освоювати інновації.

3. Розвиток внутрішнього ІТ-ринку країни, як гарантії замовлень.

Отже, українські інформаційні технології є найшвидше зростаючим сектором економіки, якому світові консалтингові компанії передбачають збільшення та зростання. Проте у найрозвинутіших країнах світу відбувається технологічна зміна – поява штучного інтелекту, що може замінити підрядників у ІТ-індустрії. Це значно зашкодить українській ІТ-індустрії, оскільки вона є підрядною і працює на закордонні компанії. У тексті наведено рекомендації щодо превентивних заходів. Якщо ж ці заходи не будуть здійснені, українське ІТ чекає занепад, а українська економіка втратить значний шанс на модернізацію своєї структури.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Консалтингова компанія PricewaterhouseCoopers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk/>
3. The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. Erik Brynjolfsson, Andrew McAfee, 336p. (2016) W. W. Norton Company
4. Rise of the Robots: Technology and the Threat of a Jobless Future. Martin Ford, 352p. (2015) Basic Books.
5. Гринько Т. В. Сутність інноваційної активності підприємства та її оцінка / Т. В. Гринько, Г. В. Єрмакова // Бізнес Інформ: Науковий журнал, 2011. – №11 (406). – С. 62–64.
6. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 103–106.

Єгорова О. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Сьогодні інноваційна діяльність у всьому світі стала де-факто стандартом, оскільки кордони між різними підприємствами постійно пронизані цілеспрямованими потоками знань про сучасні засоби комунікації.

Щоб досягнути позитивних змін в економіці України та підвищити ефективність своєї діяльності підприємствам необхідно формувати та впроваджувати ефективну стратегію інноваційного розвитку. Сьогодні Україна посідає

лише 50 місце у світі за глобальним індексом інновацій та 46 місце за глобальним індексом конкурентоспроможності, на перших же місцях знаходяться: Швеція, США та Сінгапур (Global Competitiveness Index 2017–2018 edition). Основними причинами цього є: недосконале правове забезпечення середовища бізнесу, несприятливий інвестиційний клімат, стагнація економіки.

Дослідження проблеми формування інноваційних стратегій відображені в роботах наступних українських вчених: В. П. Вишневський, І. Б. Дергтярьова, М. Є. Рогоза, Л. І. Федулова, П. П. Микитюк, І. А. Павленко, С. М. Ілляшенко, В. М. Чубай, С. В. Філіппова, А. І. Бутенко.

Згідно з цими дослідженнями – впровадження інновацій та інноваційні процеси є важливими складовими підвищення конкурентоспроможності організації та країни загалом, тому у підприємств в пріоритеті повинен бути інноваційний тип розвитку.

Аналіз показників, що характеризують інноваційну діяльність підприємств України, відображає негативну тенденцію у 2017 році в порівнянні з 2015–2016 роками. Це підтверджується зменшенням частки підприємств, що займаються інноваціями на 10,5%, але в порівнянні з 2014–2013 роками, показник майже не змінився. У 2017 році на інноваційну діяльність підприємств в Україні було витрачено 9117, 5 млн грн, що на 60,7% менше, ніж у 2016 році (23229, 5 млн грн), на дослідження та розробки було витрачено на 288 млн грн менше (2457,8 млн грн було витрачено у 2016 році, 2169,8 млн грн у 2017 році. Питома вага підприємств, що займаються інноваційною діяльністю в Україні, що знаходиться на рівні 16–18 % є замалою, у розвинутих країнах цей показник досягає 70% (табл. 1) [3].

Таблиця 1. Загальний обсяг витрат за напрямками інноваційної діяльності у 2013-2017 роках [3]

Роки	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	Загальна сума витрат, млн грн
2013	16,8	1638,5
2014	16,1	1754,6
2015	17,3	2039,5
2016	18,9	2457,8
2017	16,2	2169,8

Однією з основних функцій стратегії є планування інноваційної діяльності, ця функція дає можливість спрогнозувати та оцінити результати від впроваджених інновацій, передбачити та уникнути ризиків діяльності підприємства, виявити фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на реалізацію інновацій [1].

Будь-які стратегічні заходи підприємства мають інноваційну складову, та зазвичай базуються на нововведеннях у сферах діяльності підприємства. Одним із інструментів досягнення цілей поставлених організацією є інноваційна стратегія. В рамках стратегічного планування реалізується інноваційна стратегія, даний процес пов'язаний з плануванням, проведенням досліджень, та здійсненням інших заходів пов'язаних з інноваційною діяльністю.

Зазвичай, розробка інноваційної стратегії ґрунтується на теорії життєвого циклу виробництва, позиції підприємства на ринку та її науково-технічній політиці. Також враховується загрози зовнішнього середовища, відповідність цілям і місії підприємства, досягнення цілей за рахунок конкурентних переваг та недоліків фірм-конкурентів, наявність необхідних ресурсів та інше. Для досягнення цілей використовується ефект синергізму інвестиційної діяльності як єдиного механізму.

Отже, кожен з рівнів планування в організації має бути спрямований на інноваційний розвиток, при цьому необхідно застосовуватися методи стратегічного та проектного менеджменту, а також інноваційного менеджменту.

Підприємство, перш за все, має визначити головні стратегічні цілі, які активізують інноваційну діяльність. Також необхідно звернути увагу на розробку сценаріїв, щодо змін зовнішнього середовища, оскільки, швидка реакція на зміни економічної, політичної, соціальної ситуацій та інших зовнішніх чинників дасть можливість швидко корегувати дії підприємства та своєчасно впроваджувати ноу-хау, забезпечуючи конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Дискіна А. А. Напрями стимулювання інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості в Україні / А. А. Дискіна, Я. В. Богаченко // Електронне наукове видання. – 2016. – Вип. 10. – С. 582–585.
2. Ілляшенко С. М. Менеджмент та маркетинг інновацій / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
3. Наука та інноваційна діяльність / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Пашута М. Т. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання / М. Т. Пашута. – К. : ЦШ, 2005. – 117 с.
5. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Випуск 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.
6. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К.О., 2018. – С. 103–106.

Жидачин А. Я., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА
В ЄДИНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР**

Розвиток підприємницької діяльності в Україні є однією із складових умов розвитку економіки держави в цілому.

Існує декілька факторів від яких залежить розвиток підприємництва:

- індивідуальна поведінка споживачів;
- інтеграція конкурентності на ринку;
- глобальний розвиток технологій [1].

Підприємництво вважається однією з найважливіших рис ринкової економіки, а також головним атрибутом товарного виробництва. Підприємництво є свободою господарської діяльності, яка дає можливість організовувати товарне виробництво, яке відіграє важливу роль в економіці держави. Адже саме розвиток чи занепад підприємницької діяльності дає розуміти про те чи якісні зміни відбуваються в суспільстві. Тобто підприємництво – цивільна діяльність людей у найрізноманітніших галузях виробництва. Найчастіше ця діяльність здійснюється на страх та ризик підприємця та підприємства загалом. Метою такої діяльності є отримання прибутку. При відсутності підприємців неможливе існування ринкової економіки, а також навпаки [2].

В контексті швидкого розвитку економічних та соціокультурних процесів світ стає єдиним простором бізнесу.

В умовах процесів сучасних політичних, економічних та соціальних змін світ перетворюється на єдиний бізнес-плацдарм. Тригером розвитку та динамічного становлення важливості інноваційних процесів та глобалізації загалом став взаємний вплив внутрішніх сил. Телекомунікаційні інновації, інформаційна революція у світлі останніх подій стали поштовхом для прискорення глобалізації. У свою чергу саме глобалізація корегує характер ринкової конкуренції, тим що визначає інноваційно-діяльнісні зрушення. Зазначений взаємозв'язок визначає особливості інноваційного розвитку в умовах глобалізації:

- глобалізацію попиту на високотехнологічну продукцію;
- інтернаціоналізацію інноваційної, зокрема дослідницької, діяльності;
- зростання темпів технологічного оновлення галузей та зменшення життєвого циклу продукції;
- підвищення складності та наукомісткості наукових розробок [4].

Отже, запозичення інноваційних ідей у контексті світового бізнес-простору відкриє шлях до підняття економіки України, адже розширення ринку та ринкових можливостей відкриває дорогу держави до входження світового бізнесу, що й стає тригером внутрішніх економічних змін.

Список використаних джерел:

1. Білецька Л. В. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка): навч. посіб. – 2-ге вид. перероб. та доп./Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.
2. Гой І. В. Підприємництво: навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.
3. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 103–106.
4. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: моногр. : у 2 т. – Т. 1 / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. – К.: КНЕУ, 2006. – 816 с.

Завгородня А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ
УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У сучасний період цифрової революції гостро постає питання діджиталізації діяльності підприємства, оскільки процеси вимагають дедалі більшої прозорості, автоматичності, зрозумілості та здатності швидко адаптуватись до змін. Пріоритетними завданнями підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації є аналіз існуючої бізнес-моделі, визначення процесів, які можуть бути покращені та автоматизовані, проектування зміненої бізнес-моделі та ефективна реалізація конкурентоспроможної стратегії діяльності, що враховує домінуючі діджитал-тренди.

Діджитал-трансформація діяльності підприємств передбачає зміну ключових блоків його діяльності: операційних бізнес-процесів; практичного досвіду роботи з покупцями або клієнтами; процесів взаємодії з постачальниками; процесу документообігу.

Розглянемо детально блоки діджитал-трансформації діяльності підприємства та їх складники. Трансформація практичного досвіду роботи з покупцями або клієнтами включає три елементи:

1. Розуміння переваг. Відповідно до проведених досліджень [3–6], підприємства використовують результати попередніх інвестицій у проведення маркетингових досліджень для детального вивчення переваг споживачів конкретних географічних регіонів, тобто сегментів ринку, а також здійснюють моніторинг соціальних мереж, щоб зрозуміти ступінь їх задоволеності.

2. Персоналізація продажів. Підприємства використовують діджитал-технології для збільшення обсягів диверсифікованих продажів за допомогою застосування різних девайсів і гаджетів.

3. Конструювання взаємовідносин. Діджитал-ініціатори значно поліпшують обслуговування клієнтів, адже саме швидке і прозоре вирішення проблеми формує довіру клієнтів.

Незважаючи на те, що трансформація практичного досвіду роботи з клієнтами є ключовим аспектом діджитал-трансформації підприємств, здійснення трансформації внутрішніх операційних бізнес-процесів також виступає пріоритетним завданням при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень в умовах діджиталізації, складовими якої виступають:

1. Діджиталізація бізнес-процесів. З метою розробки більш ефективних, масштабованих бізнес-процесів підприємства здійснюють автоматизацію даних для прийняття раціональних рішень. Так, інформаційна система планування ресурсів підприємства (ERP) забезпечує значну ефективність і підвищення якості в основних транзакційних, фінансових бізнес-процесах і ланцюгах поставок, створює центральну діджитал-платформу для головних бізнес-процесів, та загальну діджитал-модель для підприємств у мережі магазинів.

2. Віртуалізація індивідуальної роботи співробітників. Підприємства використовують у діяльності діджитал-технології, діджитал-інструменти (у тому числі додатки на гаджетах), зокрема для спільної роботи і відео конференцій. Персонал регулярно контактує з потенційними покупцями, з якими він ніколи не зустрічається особисто, у віддалених місцях або регіонах. Мобільні гаджети дозволяють співробітникам залишатися на зв'язку з офісом у будь-який час і працювати вдома, коли вони не можуть перебувати в офісі.

3. Транзакційні системи продуктивності. Забезпечення прозорості відображення продуктивності є ключовим моментом у діяльності підприємства, завдяки чому керівники більше поінформовані про поточні умови функціонування та економічний стан підприємства, що дозволяє їм приймати обґрунтовані управлінські рішення [2; 4].

Трансформація бізнес-моделі, як і попередні два блоки, включає також три складових елементи:

1. Бізнес-модель підприємств з частковими діджитал-змінами. Зазначена бізнес-модель передбачає пошук способів збільшення фізичних можливостей підприємств за допомогою діджитал-пропозицій і використання діджитал-контенту для спільного використання в організаційних сховищах. Це означає, що підприємства здійснюють традиційну діяльність та використовують діджитал-технології для трансформації і підвищення результативності діяльності.

2. Бізнес-модель нових діджитал-підприємств. Підприємства впроваджують діджитал-послуги, які доповнюють традиційні асортиментні позиції, змінюють бізнес-моделі, розширюючи межі своєї діяльності за допомогою діджитал-технологій, що в цілому надає покупцям і клієнтам інтегрований багатоканальний досвід взаємодії в онлайн просторі.

3. Адаптивна бізнес-модель підприємств з урахуванням тенденцій діджитал-глобалізації. Підприємства, що виробляють або просувають на ринок бренди або відомі торгові марки, трансформуються з багатонаціональних у глобальні. Діджитал-технології у поєднанні зі своєчасною маркетинговою інформацією дозволяють підприємствам отримувати глобальний синергійний ефект, здійснюючи при цьому власну діяльність на місцевому рівні.

Разом ці дев'ять елементів утворюють набір складників діджитал-трансформації. Згідно з дослідженнями [5], в Україні жодне підприємство ще не трансформувало свою діяльність за всіма дев'ятьма елементами. Керівники обирають серед блоків лише ті, що, на їх думку, є важливими для підприємства.

Список використаних джерел:

1. Wade M. (2015). Digital Business Transformation. Global Center for Digital Business Transformation, 16 p.
2. Manu A. (2016). Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition), Kindle Edition, 264 p.
3. Digital Government: Building a 21st Century Platform to Better Serve the American People (2013). The White House. Available at: <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/egov/digitalgovernment/digialgovernment.html>
4. Digital Transformation of Industries (January 2016). Industry Agenda, World Economic Forum. Available at: <http://reports.weforum.org/digitaltransformation/wpcontent/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef1601digitaltransformation200116.pdf>
5. Офіційний веб-сайт GfK [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ukua>
6. Офіційний веб-сайт ProConsulting [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proconsulting.ua>

Завгородня А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ERP СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Як відомо, існує безліч підходів до оптимізації роботи на підприємстві. Багато методів ґрунтуються на автоматизації процесів, зокрема, використання програмного забезпечення. Одним із прикладів такого ПЗ є ERP-система. Як відомо, існує безліч тлумачень терміна ERP. Найпоширенішим є те, що ERP – це корпоративна інформаційна система, яка використовується для автоматизації управління й обліку. Частіше за все, ERP-системи побудовані за так званим модульним принципом і в тій або іншій мірі дають змогу охопити всі ключові процеси діяльності компанії.

Принцип створення єдиного сховища даних, який є основою ERP-систем, є вмістилищем усієї корпоративної інформації: виробничі дані, дані по персоналу та ін. Завдяки наявності єдиного корпоративного сховища усувається необхідність в передачі даних від однієї системи до іншої (наприклад, від виробничої системи до фінансової або до кадрової), також це дає можливість одночасного доступу до будь-якого числа співробітників підприємства, що володіють відповідними повноваженнями. Завдяки використанню ERP-система відбувається не тільки покращення управління виробничою діяльністю підприємства, але й його внутрішні інформаційні потоки потребують меншого рівня зусиль і витрат.

Загалом, якщо розглядати найпоширеніший функціонал ERP-системи то він передбачає автоматизація виконання підприємством наступних функціональних задач:

- планування продажів, забезпечень, процесів і потужностей на виробництві, необхідних матеріалів;
- створення і підтримка конструкторсько-технологічних специфікацій для визначення складу продукції кількості ресурсів для її виготовлення;
- управління закупівлями, запасами;
- ведення фінансів – складання планів, контроль їх виконання, всі види обліку;
- проектне управління.

Таким чином, використання ERP-системи дуже сильно впливає на якість ведення бізнесу. Можна більш раціонально розподіляти роботу між різними

відділами, тим самим зменшуючи витрати на можливе дублювання функціоналу та інші витрати, які можуть виникнути в зв'язку з роздробленістю управління підприємством.

У такий шлях, досягаються одразу кілька стратегічних цілей діяльності будь-якого підприємства:

- об'єднання усіх бізнес-процесів під єдиними правилами в рамках єдиної системи. Тобто вся інформація є уніфікованою, синхронізованою та систематизованою, що спрощує процес звітності, аналізу та контролю;

- оперативне та своєчасне отримання керівництвом необхідної інформації про всі процеси діяльності підприємства. Зокрема, це сприяє зниженню рівня бюрократії, створення єдиної інформаційної бази та підвищення здатності швидко адаптуватися до будь-яких макроекономічних та мікроекономічних змін;

- планування діяльності підприємства усіма управлінськими ланками у режимі реального часу. Таким чином, менеджмент має здатність пристосовуватись до реальних потреб підприємства і фокусуватись на їх задоволенні у короткостроковій та довгостроковій перспективах.

Таким чином, впровадження ERP-системи на підприємстві може позитивно вплинути на ефективність діяльності бізнесу, підвищити його конкурентоспроможність і надати керівництву сучасний та зручний інструмент управління.

Список використаних джерел:

1. Bendoly, E.; Jacobs, F.R. (2005). Strategic ERP Extension and Use. Stanford University Press. p. 95. ISBN 9780804750981. Retrieved 9 May 2018.
2. Meer, K.H. (2005). Best Practices in ERP Software Applications. p. 59. ISBN 978-0595345137. Retrieved 9 May 2018.

Завгородня А. Ю., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Сучасні умови господарювання, що передбачають активний розвиток ринків, інтеграцію та інтернаціоналізацію спонукають до пошуку вітчизняними підприємствами нових шляхів для підвищення конкурентних позицій на як на вітчизняному, так і на світовому ринках. Посилення економічних позицій, що базується на інноваційному розвитку підприємства є вирішенням комплексних

завдань та системних перетворень на нових ринках. Основою для досягнення інноваційного розвитку організацій виступає інноваційна діяльність підприємства, тобто можливість створювати, ефективно й раціонально використовувати технічні, технологічні, організаційно-економічні та інші новітні розробки та можливості, що створюють інноваційний потенціал.

Проблемами інноваційного розвитку та управління інноваційною діяльністю приділялось досить багато уваги відомими вченими, серед яких: Арєф'єва О., Краснокутська Н., Тарнавська Н., Філіппова С., Чухрай Н., Шилова О., Янковець Т. та інші. Проте недостатньо дослідженою залишається специфіка теоретичних основ управління інноваційним потенціалом як інструментом інноваційного розвитку підприємства за сучасних умов господарювання.

Інноваційний розвиток підприємств є ефективною реакцією та протидією організації на можливі загрози із зовнішнього середовища, що передбачають постійний тиск конкурентів, загрози втратити частину споживачів, безперервне створення нових технологій та продуктів, нестабільність економіки в країні та зміну ситуації на ринках, тобто є засобом для застосування новітніх можливостей, ідей, продуктів чи технологій, що допомагає зберігати або отримувати нові конкурентні переваги [3].

Варто зазначити, що майбутній розвиток інноваційної діяльності підприємств не може відбуватися без зростання інноваційної активності та впровадження системи управління інноваційним потенціалом фірми. При цьому інноваційну діяльність варто розглядати як процес з використання науково-технічного та інтелектуального потенціалу задля створення нових конкурентоспроможних товарів чи послуг [1].

Загалом, інноваційний потенціал підприємства розглядають як певну сукупність існуючих матеріальних та нематеріальних ресурсів організації, які застосовують в процесі реалізації інноваційної діяльності [2]. Саме їх використання сприяє раціоналізації та оптимізації виробничого процесу, дає можливості для впровадження та створення новинки та на її основі досягати стратегічні конкурентні переваги, забезпечуючи стійкий поступальний розвиток організації. Таким чином, інноваційний потенціал поєднує у собі інтеграцію ресурсів та розвиток їх на майбутнє [5].

Враховуючи те, що від наявного інноваційного потенціалу на підприємстві залежить не лише існуючі позиції на ринку, а й вибір подальших стратегій розвитку організації в цілому (адже компанія може обрати або стратегії лідера, розробляючи і впроваджуючи принципово нові інновації, або стратегії

послідовника – йдучи за лідерами ринку) [4], вважаємо за доцільне розширити поняття інноваційного потенціалу підприємства та пропонуємо поєднувати у зазначене поняття не лише усі ресурси для створення новації, а й ефективний менеджмент задля реалізації системи цілей, завдань і місії та можливості підприємства генерувати значну інноваційну активність.

Також варто зазначити, що задля підвищення інноваційного розвитку підприємств в сучасних умовах господарювання на засадах підвищення інноваційного потенціалу, необхідним є подолання слабких ланок, що гальмують розвиток. Серед яких:

- 1) відсутність єдиної системи оцінювання інноваційного потенціалу підприємств;
- 2) відсутність комплексних результативних організаційно-економічних механізмів управління;
- 3) наявність значного ризику від впровадження інновацій на підприємстві через невизначеність результатів;
- 4) потреба у значному переоснащенні технологічного обладнання більш сучасним, що потребує додаткових капітальних вкладень;
- 5) відсутність/недостатність фінансування з боку держави наукових і дослідних установ, центрів, інститутів;
- 6) складність пошуку інвесторів для реалізації інноваційного розвитку.

Отже, інноваційний розвиток підприємства є однією з основних складових довгострокового стратегічного розвитку організації, який має відбуватися на засадах підвищення ефективності інноваційного потенціалу, що має поєднувати наявні ресурси, ефективний менеджмент та можливості підприємства генерувати інноваційну активність. Саме дане забезпечення сприяє раціоналізації та оптимізації виробничого процесу, дає можливості для впровадження та створення новинки та на її основі можливості для досягнення конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О. В. Управління потенціалом розвитку підприємства: монографія / О. В. Ареф'єва, О. В. Коренков. – К.: ГРОТ, 2004.
2. Верхоглядова Н. І. Методичний підхід до визначення інноваційного потенціалу підприємства / Н. І. Верхоглядова, І. О. Каширнікова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2458>
3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми концепції, методи: навч. посіб. / С. М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2003. – 278 с.
4. Янковець Т. М. Обґрунтування взаємозв'язку стратегічного управління підприємством й інноваційного його розвитку / Т. М. Янковець // Проблеми науки. – 2009. – № 6. – С. 26–32.

5. Шилова О. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і механізм управління / О. Ю. Шилова, Є. С. Чермошенцева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 220–227.
6. Колісник В. О. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності в Україні / В. О. Колісник, І. В. Тімар // Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі». Т. 1. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – С. 117–120.
7. Гринько Т. В. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства / Т. В. Гринько, О. С. Максимчук // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: Колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Біла К. О., 2017. – С. 247–271.

Зайцева А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційний розвиток будь-якого підприємства, в тому числі можливість забезпечення його інноваційної активності [1–3], передбачає розробку відповідної методики оцінки інноваційної діяльності окремих суб'єктів господарювання.

Методика діагностики рівня інноваційного розвитку, а також потенціалу соціально-економічних систем, на наш погляд, повинна базуватися на принципах системного підходу та комплексності. Системний аналіз дозволяє забезпечити керівництво підприємства інформацією для інтеграції прийнятих рішень як в часі, що обумовлює безперервність рішень, так і в просторі, що передбачає узгодження різних рішень як різними напрямками (виробничий, фінансовий, маркетинговий тощо), так і за рівнями (стратегічний, тактичний, оперативний). Останнє забезпечується принципом комплексності. Комплексна оцінка результатів діяльності являє собою підсумок багатостороннього дослідження сукупності показників, що відображають більшість аспектів господарських процесів, і містить узагальнюючі висновки про результати діяльності системи, які відзначають якісні та кількісні відмінності досягнень даного об'єкта за певний період часу від бази порівняння.

Комплексна оцінка охоплює умови та результати господарської діяльності, її фінансові та нефінансові аспекти, інституційні чинники та умови. Сукупність основних складових оцінки рівня інноваційного потенціалу суб'єкта господарювання можна представити таким чином (рис. 1).



Рис. 1. Сукупність складових оцінки інноваційного потенціалу підприємства

Виділені підсистеми дають можливість оцінити ресурсне забезпечення підприємства, взаємодію його ресурсів та їх вплив на ефективність інноваційної діяльності, тобто дозволяють провести обґрунтовану оцінку рівня інноваційного розвитку.

Таке виділення складових до оцінки інноваційного потенціалу підприємства дозволяє застосовувати різні методики діагностичного аналізу.

Необхідно відзначити, що при проведенні оцінки фінансової складової необхідно звернути увагу на фінансову стійкість підприємства, його платоспроможність, якість та стан нематеріальних активів, динаміку, структуру та використання джерел фінансування тощо.

При оцінці кадрової складової необхідно дослідити якісний склад працівників підприємства, їх склад в інтелектуальній сфері тощо.

Досліджуючи матеріально-технічну складову інноваційного потенціалу необхідно оцінити стан основних засобів підприємства, наявність прогресивного обладнання, матеріалів, лабораторного та офісного обладнання, наявність та характер застосування інноваційних та інформаційних технологій, комп'ютерних технологій тощо. Паралельно з дослідженням матеріально-технічної складової необхідно звернути їх вплив на інформаційну складову, оцінюючи застосування та розробку різних видів інформації в інноваційній діяльності, проектно-конструкторської документації тощо.

Щодо організаційно-управлінської складової, то необхідно відзначити, що при проведенні її оцінки необхідно дослідити організаційну структуру, сучасні форми організації та управління інноваційною діяльністю, організаційну культуру, а також особливості застосування різних управлінських технологій в межах дослідження.

Обов'язково доцільно дослідити маркетингову складову, зосереджуючи увагу на моніторингу конкурентоспроможності, характері застосування маркетингових заходів з просування інноваційної продукції, оцінці попиту на неї тощо.

В ході проведення дослідження інноваційної активності суб'єкта господарювання та його потенціалу насамперед необхідно звернути увагу на раціональність та обґрунтованість розподілу ресурсів між основними складовими. У подальшому доцільно проводити дослідження впливу основних техніко-економічних факторів на зміну структури інноваційного потенціалу в поточному періоді в порівнянні з попередніми, виділяючи внутрішньогосподарські резерви його зростання.

Безперечно, такий підхід до діагностики інноваційного потенціалу суб'єкта господарювання не є універсальним і єдиним, але може бути застосований для обґрунтування напрямів його покращення.

Список використаних джерел:

1. Верба В. А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В. А. Верба, І. В. Новікова // Проблеми науки. – 2003. – №3. – С. 22–31.
2. Гречан А. П. Інноваційний потенціал підприємства та його основні складові / А. П. Гречан, Г. П. Петренко // Вісник КНУТД. – 2005. – №4 (24). – С. 19–23.
3. Кошевий М. М. Необхідність розвитку наукоємних виробництв промислового сектору національної економіки / М. М. Кошевий // Удосконалення механізму інноваційного розвитку суб'єктів національної економіки України: кол. моногр. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – С. 121–172.

Зайцева К. В., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ

ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі важко уявити організацію, яка ніколи не стикалася зі змінами. Зміна виступає в ролі постійної складової динамічного середовища. Саме такі інформаційні імпульси зі сторони зовнішнього середовища змушують змінювати цілі, завдання та стратегію підприємства. А це в свою чергу, веде до значних змін внутрішньо-процесуальних структур установи. Від компетентного управління змінами залежить загальний успіх підприємства. Тому в нинішніх умовах треба розвиватися, щоб утримувати конкурентоспроможність. Ігноруючи необхідність впровадження змін та управління ними, організація ставить під загрозу ефективність своєї діяльності та знижує темпи розвитку [3].

Зараз на практиці та дослідженнях все більше уваги приділяється аналізу впровадження та організаційних можливостей стратегічних змін, тому що управління змінами є важливим процесом щодо створення умов до формування успішної стратегії підприємства [2].

Стратегічні зміни явище рідкісне, але глобальне. Сьогодні стратегічний розвиток – це еволюційний процес для підприємства, де стратегічні зміни створюють необхідність інших змін.

Стратегічні зміни – це головний інструмент для розвитку підприємства, тому що кожна зміна несе за собою вдосконалення процесів в організації, а їх системне впровадження гарантує розвиток підприємства.

Дж. Коттер і Л. Шлезингер зазначають, що ефективні стратегічні зміни повинні запроваджуватися поетапно, а саме:

1. Ситуаційний аналіз. Визначення зовнішніх факторів впливу на підприємство та виявлення шляхів використання можливостей з урахуванням мети та завдань.

2. Аналіз заданих і незаданих факторів. Задані фактори пов'язані зі змінами. До цих факторів належать:

- необхідні дані для розробки та введення змін;
- темпи впровадження змін;
- наявні ресурси для впровадження змін;
- зобов'язання співробітників дотримуватись нової стратегії;
- передбачення ймовірної реакції щодо певної зміни.

Невизначені фактори – це фактори, які не пов'язані з певною зміною, але є постійними у часі. До них належать:

- наявні норми зобов'язань;
- зв'язок змінного фактора та мети;
- стиль управління персони, яка впроваджує зміну.

3. Вибір стратегії зміни. Рішення щодо обрання стратегії залежить від результатів аналізу заданих і незаданих факторів та ситуаційного аналізу.

4. Контроль за реалізацією та впровадженням. Дає можливість швидко корегувати проблеми зв'язані зі змінами та дозволяє оцінити ефективність змін [5].

Запорука успіху підприємства – правильно обрана стратегія управління яка може варіюватися від директивної до стратегії орієнтованої на взаємодію менеджерів з персоналу, але все залежить від ситуації на підприємстві. Найбільш вдалі вважаються ті стратегії, які поєднують та комбінують в собі декілька стратегій, зосередившись на тих аспектах, які найбільш влучно просуватимуть зміни.

Запровадивши стратегічні зміни, підприємство стикається з низкою проблем, зокрема з опором з боку персоналу [1]. Опір на підприємстві може досягати різноманітних масштабів, але найголовнішим завданням керівництва залишається зменшення кількості невдоволених. Для того щоб зменшити опір вдаються до таких методів:

- об'єднання людей в творчі групи, з метою підтримання введення змін на підприємстві;
- колегіальне прийняття програми проведення змін;
- забезпечення інформаційної відкритості, співробітникам важливо роз'яснити необхідність введення змін для вирішення поставлених завдань перед підприємством [4].

Важливо підкреслити необхідність змін, бо на сучасних ринках перемагає той, хто швидше за інших адаптується до нових ринкових умов. Впровадження стратегічних змін може слугувати серйозним механізмом підтримки та розвитку системи управління підприємства. Стратегічні зміни – потужний інструмент введення нової стратегії, вдосконалення роботи підприємства та підвищення її ефективності, але за умови компетентного керівництва.

Отже, в нинішній час прагнучи утримати власні конкурентні переваги підприємство змушене швидко реагувати на зміни, беручи до уваги дії конкурентів, нові потреби споживачів, перспективи технологічно-інноваційного розвитку. Системний аналіз підприємницької діяльності дає можливість опанувати ринкову ситуацію, що склалася та сформуванню стратегію розвитку. А здатність передбачати зміни є основою формування найбільш успішної стратегії розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гевко О. Б. Стратегічне управління: навч. посіб. / О. Б. Гевко, Н. М. Шведа. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. – 121 с.
2. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку / Т. В. Гринько // Бізнес Інформ. – 2013. – № 10. – С. 251.
3. Гринько Т. В. Концептуалізація моделей управління змінами на підприємствах в сучасних умовах мінливого середовища / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Технологічний аудит та резерви виробництва. – 2015. – № 1/5(21). – С. 39.
4. Долятовський В. А. Управлінське консультування: навч. посіб. / В. А. Долятовський, В. С. Барнаган. – Ростов: РДЕУ, 2016. – 190 с.
5. Коттер Дж., Шлезингер Л. Вибір стратегії змін [Електронний ресурс]. – Бостон, 2013. – Режим доступу: http://projects.iq.harvard.edu/files/sdpfellowship/files/day3_2_choosing_strategies_for_change.pdf

6. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 103–106.

Занкова Ю. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ МОЖЛИВИХ НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційний розвиток для підприємств є одним із найефективніших напрямків збільшення економічних показників. На практиці було доведено, що інноваційні перетворення забезпечують підвищення конкурентоспроможності на ринку та вирішують ряд суспільних, економічних та екологічних проблем.

Саме інноваційна діяльність гарантує успіх суб'єктам господарювання. Тому економічне середовище вимагає введення новітніх технологій, розробок, організації досліджень, нововведень та довгострокових планів здійснення управління підприємством.

В Україні інноваційна діяльність у розрізі підвищення ефективності та якості господарської діяльності може бути здійснена на основі переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку.

Тема інноваційного напрямку розвитку підприємств є досить актуальною, тому багато як вітчизняних, так і закордонних вчених присвятили наукові праці дослідженню етапів та методів впровадження інноваційної діяльності на підприємствах, а також її вплив на розвиток державної економіки та суспільства. Насамперед, слід зазначити наступні імена: В. Александрова, А. Пригожин, А. Гальчинський, Б. А. Райзберг, Р. Ш. Лозовський, Й. Шумпетер, Б. Твіст, Б. Санто, П. Друкер, Ф. Ніксон, Г. Менш, К. Найт. Усі вони досліджували питання ролі інноваційного розвитку в економічній системі та проблеми інноваційного розвитку економіки.

Позитивним впливом інноваційної діяльності на підприємство може стати підвищення конкурентоспроможності, раціональне використання виробничих ресурсів, виявлення нових шляхів виходу продукції на ринки, адаптація до факторів макросередовища.

Відповідно до законодавства України інноваційною діяльністю вважається діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [1].

Інноваційним процесом можна вважати трансформацію наукових даних в інновації, котрі відповідають потребам суспільства, та використання їх на практиці.

В Україні підприємствам приходится стикатися з рядом перешкод при впровадженні інноваційного процесу. Професор П. С. Харів назвав три основні з них [3]: по-перше, розбіжності потреб інноваційного розвитку та принципу діяльності підприємства; по-друге, неможливість фінансування наукових досліджень і впровадження інновацій; по-третє, низький рівень заохочення до інноваційної діяльності.

На сьогодні, стратегії інноваційного розвитку у міжнародній практиці поділяють на три типи. Першому типу притаманно перенесення досягнень зарубіжного науково-технічного досвіду на економіку своєї країни. Другому – запозичення практики виробництва високотехнологічної продукції інших країн. Третій тип характеризується нарощенням власного науково-технічного потенціалу.

Потрібно ретельно планувати організаційно-технічний розвиток підприємства, враховуючи особливості виробництва його продукції. Насамперед, це стосується промислових компаній. Їх успішне функціонування ґрунтується на досягненнях науково-технічного прогресу.

Щоб підвищити ефективність організаційно-технічного розвитку та показники виробничої діяльності підприємства, слід впроваджувати нову техніку, засоби малої механізації, прогресивні матеріали й конструкції, новітні технології виконання робіт та прагнути до вищого рівня механізації робіт.

Необхідність підвищеної уваги до організаційно-технічного розвитку обумовлено «старінням» продукції під впливом швидкого розвитку науки й техніки.

Ще одним питанням, яке постає перед великою кількістю підприємств в сучасних умовах розвитку економіки України, є конкурентоспроможність та шляхи її підвищення. Вирішенням цієї проблеми може бути перехід на інноваційний шлях розвитку, причини для якого можуть полягати у необхідності забезпечення виживання фірми на ринку або прагнення не відставати від досягнень в галузі торгівлі загалом.

Також необхідно розуміти доцільність впровадження інновацій на підприємстві та глибину потрібних змін. Це можна з'ясувати, визначивши наступне [2]:

- рівень задоволеності підприємства своєю результативністю та фінансовим станом;
- рівень конкурентоспроможності за оцінками споживачів;
- бажана конкурентна позиція на ринку.

Проаналізувавши дані напрямки, підприємством обирається один із можливих видів інновацій. До них відносять: базисні інновації (кардинальні зміни поточної діяльності, або впровадження її нового напрямку), поліпшуючі інновації (удосконалення технологій та підвищення якості продукції), модифікаційні інновації (незначні зміни в продукції, технології або способі управління підприємством) та псевдоінновації (малозначні зміни основних нововведень). Окремо можна виділити мікроінновації, сутність яких полягає у вирішенні окремих проблем на підприємстві.

Для визначення необхідності впровадження інновацій також потрібно оцінити чи готово підприємство до новітніх перетворень та у якій саме сфері вони були б доречними.

За допомогою інноваційного напрямку розвитку, підприємство може збільшити свої доходи, швидше та ефективніше пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та тримати передові позиції на ринку якнайдовше.

Успішна підприємницька діяльність та її розвиток можливо лише за умов економічно обґрунтованої стратегії інноваційного розвитку. Але кризові явища в економіці країни суттєво сповільнюють даний процес та часто не дають змоги нововведенням прийняти практичний характер, через необхідність значних капіталовкладень. Тому постає необхідність створення ефективної системи управління інноваційною діяльністю, що вимагає глибокого дослідження науково-технічних перспектив підприємства та реалізації проектів, в основі яких лежить інноваційний характер нововведень.

Отже, слід наголосити, що ефективне впровадження інновацій на підприємстві може бути здійснено за умови дослідження тих елементів та складових, які сприятимуть втіленню інноваційних ідей, а також при виборі правильної послідовності реорганізації діяльності.

Рівень інноваційного розвитку підприємства повинен визначатися за допомогою ретельного вивчення таких елементів: ресурсів, що спонукає підприємство на пошук нових ресурсів та аналіз продуктивності їх використання; технологій, що має на увазі впровадження новітніх технологічних процесів та наукових ідей, освоєння виробництва нової продукції; ринку, тобто аналізу макросередовища та врахування інших факторів навколишнього середовища підприємства.

Методичний підхід до оцінки інноваційного розвитку підприємства допоможе обрати та реалізувати правильну стратегію його розвитку, сприятиме створенню нової конкурентної продукції та отримати лідируючі позиції на ринку.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: навч. посіб. / С. М. Ілляшенко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД «Університетська книга»; К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с.
3. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів: моногр. / П. С. Харів. – Тернопіль: «Економічна думка», 2003. – 326 с.
4. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К.О., 2018. – С. 103–106.
5. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.
6. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43.

Кердан О. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Якщо організація не змогла попередити небажаний розвиток подій на передкризовому етапі і проблема переросла в кризу, вона має вдаватися до нових заходів, для її подолання. В такий момент життєвого циклу підприємства найбільшого випробування зазнає потенціал підприємства, його ресурси і можливості. Від того, як організація поведе себе в умовах кризи, буде залежати її майбутнє положення. Непрофесійні дії або бездіяльність не тільки спаплюжать репутацію організації, а й завдадуть їй значних матеріальних збитків. Тому в умовах кризи важливо максимально ретельно підходити до розробки інтегрованої економічної стратегії, тим більше, що це не потребує значних додаткових витрат.

Реалізація конкурентної стратегії розвитку економічної системи відбивається в зміні її стану через такі параметри як зростання, стабільність (або скорочення)

основних показників: частки ринку, виручки, клієнтської бази, капіталізації, ліквідності організації, ефективності її функціонування. Безліч стратегій, що розробляються в організаціях, часто не витримують перевірки практикою, оскільки створюються без урахування важливих елементів: стану ринкового середовища, кадрового потенціалу, фінансових ресурсів та інших структурних складових економічного потенціалу підприємства.

Вибір стратегій здійснюється в результаті аналізу альтернатив, зіставлення цілей, сценаріїв, ресурсної бази, інвестицій, застосування тих чи інших маркетингових ходів. Оцінюється здатність приймати і організовувати виконання стратегічних рішень всередині і поза організацією.

Відомо, що більшість стратегічних рішень, які приймає будь-яка компанія, особливо в умовах кризи, знаходяться в сфері виявлення та розвитку конкурентних переваг. Тому, одним із головних завдань розвитку підприємства стає розробка конкурентної стратегії розвитку. Така стратегія необхідна для забезпечення ефективної діяльності компаній, особливо таких, які характеризуються складною корпоративною структурою [2].

На основі підходів до визначення стратегій і їх елементів виділяють базовий комплекс елементів стратегії.

Визначення чітких, вимірних і досяжних цілей розвитку організації є етапом управління, який значно впливає на всі інші елементи економічної стратегії. Даний елемент відображає якість системи прийняття стратегічних рішень компанії. Ухвалення помилкових стратегічних рішень або помилкове визначення цілей розвитку може спровокувати накопичення системних помилок в управлінні компанією.

При визначенні стратегічних варіантів розвитку необхідно забезпечити огляд максимально широкого спектру варіантів стратегічних рішень, дозволяючи оцінити можливі плани дій і зміни статусу компанії при реалізації або зриві тієї або іншої стратегії.

Ресурси включають в себе клієнтську базу, якість технічної оснащеності і технологічного забезпечення компанії, а також інші ресурси (кадрові активи, інтелектуальна власність та інші нематеріальні активи). Операційна ефективність, поточний і перспективний стан компанії залежить від того, якими ресурсами вона володіє, а також від ефективності їх сприйняття і використання.

Інвестиції як частина ресурсу – один з найбільш важливих факторів зростання компанії. Наявність, доступність і вартість фінансового капіталу зумовлюють плани розвитку компанії і її прибутковості. Прогноз трансформації цього фактору пов'язує стратегічні цілі розвитку компанії з її фінансовими можливостями.

Інноваційна діяльність як елемент стратегії організації враховує такі види науково-дослідних робіт (фундаментальні, пошукові, прикладні), проектні, технологічні, дослідні та конструкторські розробки, реалізацію інновацій.

Для реалізації конкурентної стратегії системи, її управління повинно бути орієнтовано на забезпечення умов для раціонального використання потенціалу підприємства і ринкового росту за рахунок врівноважування організації із зовнішнім середовищем, тобто її пристосування до зовнішнього середовища за рахунок реалізації конкурентних явних або потенційних переваг. За своєю суттю конкурентні адаптивні механізми є сукупністю конкретних дій (чи їх відсутності) системи. Їх основна функція полягає у допомозі при виборі стратегії розвитку конкурентних переваг.

Механізми розробки, реалізації, контролю здійснення стратегії на підприємстві повинні мати властивість цілісності і, одночасно, раціональної відокремленості його елементів. Це означає, що зміна будь-якого елементу механізмів повинно приводити до деяких зрушень у змінах інших механізмів.

Тобто, конкурентну стратегію підприємства можна визначити як сукупність дій, спрямованих на формування оптимального напрямку розвитку підприємства за допомогою узгодження потенційних чинників конкуренції. Підприємство повинно обирати ті стратегії, які відповідають особливостям, потенційним конкурентним перевагам, наявним ресурсам і активам і конкретним задачам. Збереження сталого стратегічного положення на ринку забезпечується шляхом підтримання ефективної діяльності підприємства. Несвоєчасна зміна задач, стратегії, цілей, і, в цілому, системи управління може призвести до спаду, а відповідно і до припинення функціонування підприємства. Реалізація розробленої стратегії неможлива без адекватного стратегічного управління з постійним контролем і оцінкою досяжності поставлених стратегічних цілей за допомогою ефективних інструментів.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства / Т. В. Гринько, О. С. Максимчук // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: Колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Біла К. О., 2017. – С. 247–271.
2. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб.: Питер, 2014. – 351 с.
3. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Вип. 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.

4. Волошина Ю. Є. Особливості маркетингової стратегії ТОВ АТБ–маркет та шляхи її вдосконалення / Ю. Є. Волошина, Р. М. Рудих, І. В. Тімар // Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємництва та фінансово-економічного потенціалу регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: у 2-х частинах (м. Запоріжжя, 11 листопада 2016 року) – Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2016. – Ч. 1. – С. 155–157.

Клименко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
АГРАРНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Майбутнє України, яка є однією з найбільш багатих ресурсами країн світу, багато в чому залежить від ефективного розвитку аграрного менеджменту. З кожним роком зростає глобальна продовольча криза, поширюється економічна та фінансова криза в Україні та за кордоном, знижуються світові природні ресурси, екологічна ситуація принижує гідність, про що свідчать зміни клімату та зниження рівня здоров'я та життєвого рівня світового населення. Ці та інші фактори свідчать про необхідність посилення як одного з найбільш ефективних способів підвищення конкурентоспроможності країни в умовах глобалізації світових економічних процесів на аграрному ринку. Вітчизняна агропромисловість має значний інноваційний потенціал, здатний забезпечити високий рівень науково-технічного розвитку України у міжнародному діловому середовищі. У той же час запаси виробничих потужностей та сприятливе зовнішньоекономічне середовище залишаються основними джерелами зростання в галузі агропромислового комплексу для максимального задоволення потреб національних споживачів та експорту сільськогосподарської продукції на міжнародні ринки. Підтримка сучасних тенденцій розвитку агропромислового сектору країни, яка базується на низькотехнологічному виробництві, а також постійне скорочення виробництва в агропромисловому комплексі, доводить необхідність застосування наукових підходів до впровадження та управління на підприємствах [1].

Сьогодні одним з пріоритетів державної політики має стати модернізація як національної промисловості в цілому, так і агропромислового комплексу, зокрема, на основі інтенсифікації та ефективного використання його потужного науково-технічного потенціалу. На сучасному етапі необхідно здійснити комплексні заходи для підтримки інноваційної діяльності вітчизняних підприємств,

у тому числі сільськогосподарських підприємств, на всіх етапах, стимулювати попит на результати досліджень та інноваційні розробки для кваліфікованого персоналу, а також для сприятливих умов для виробництва інноваційних продуктів з високим ступенем доданої вартості.

Аналіз інноваційної діяльності характеризується створенням, розробкою та поширенням інновацій. Поки що концепція «інновацій» викликала великий інтерес серед учених у всьому світі. Дослідження з цього питання ініціювали в основному європейські та американські вчені, такі як Е. Роджерс, Б. Санто, Дж. Шумпетер та інші. Незважаючи на те, що концепція «інновацій» з'явилася за кордоном на початку XX століття, вітчизняні вчені проаналізували та розвивали її ще в 1930-х роках, але більше уваги до цієї проблеми почали звертати в 1960-х роках, коли питання сутності інновацій більш широко вивчені. За даними численних наукових літературних джерел, за останні кілька років інтерес до розвитку та управління інноваціями у світі значно зріс, що привертає увагу керівників та науковців. Нові підходи до впровадження інновацій, використовуючи досягнення в області інформації та комунікаційні технології стали каталізатором поширення інноваційних технологій, інноваційних продуктів та інших елементів. Аналіз показав, що інноваційні технології передбачають нові способи ведення бізнесу. Є два основні підходи: 1) використання постіндустріальних технологій; 2) зусилля корпоративного сектора щодо виходу на нові ринки та залучення нових клієнтів. Науково-технічні досягнення в так званих постіндустріальних технологіях (наприклад, програмне забезпечення або біо-технології) походять з розробки організаційних методів та структур управління, які принципово відрізняються від традиційної організації виробництва та приходять з новими способами ведення бізнесу. Другий підхід у формі інституціоналізації відкритих інновацій як способу організації поза підприємством є типовим для багатьох галузей промисловості. Крім того, слід зазначити, що, хоча «правильний» дизайн продукту є необхідною умовою для входження на нові ринки, управління має вирішальне значення для розподілу ресурсів та регулювання каналів продажів, необхідних для успішного ведення бізнесу. Таким чином, особлива увага приділяється організаційним та управлінським формам розвитку в контексті функціонування сучасних іноземних підприємств. Але, незважаючи на значну кількість публікацій, роль та стратегічна позиція України у сфері інноваційної діяльності на світовому ринку сільськогосподарської продукції залишається актуальною, що потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Білорус О. Т. Глобалізація і безпека розвитку / О. Т. Білорус, Д. Г. Лук'яненко, О. М. Гончаренко та ін. – К.: КНЕУ, 2001. – 733 с.
2. Шпак Ю. В. Інноваційна модель регіонального розвитку переробної сфери АПК / Ю. В. Шпак // Економіка АПК. – 2006. – №3.
3. Клименко А. О. Економічна модель розвитку країни: світовий досвід та перспективи України / А. О. Клименко, А. М. Стрепетова, І. В. Тімар // Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 берез. 2017 р.: в 11 т. – Дніпро: Біла К. О., 2017. – Том 10. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку: держава, регіон, галузь, суб'єкт господарювання. – С. 40–42.
4. Каракай Ю. Б. Роль держави у стимулюванні інноваційної діяльності / Ю. Б. Каракай // Економіка України. – 2007. – №3.
5. Рябук К. П. Аналіз експорту продукції агропромислового комплексу України/ К. П. Рябук, І. В. Тімар// Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі» (8 декабля 2017 года). – Т. 1. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – С. 224–227.
6. Тімар І. В. Проблеми реалізації експортного потенціалу малих сільгоспвиробників в Україні / І. В. Тімар, К. П. Рябук// Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 3. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації. – Дніпро: Біла К.О. – 2018. – С. 99–102.
7. Трегобчук В. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК : проблеми, напрями і механізми / В. Трегобчук // Економіка України. – 2006. – № 2.

К. е. н. Кошевий М. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ВІТЧИЗНЯНЕ НАУКОЄМНЕ ВИРОБНИЦТВО:
СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Історія формування та становлення вітчизняної національної економіки нараховує достатню кількість прикладів різних технологічних та індустріальних проривів, які суттєво вплинули на зміну принципів соціально-економічного розвитку країни. Для успішного проведення масштабних соціально-економічних перетворень національного господарського комплексу необхідне формування та реалізація ефективної інноваційної політики промислового зростання, в тому числі і для наукоємного сектору національної економіки.

Як відомо, активна інноваційна діяльність підприємств сприяє реалізації їх науково-технічного потенціалу, що дозволяє:

– підвищити конкурентоспроможність продукції, що виробляється підприємствами за рахунок застосування нових або значно поліпшених технологій виробництва, застосування удосконаленого виробничого устаткування;

– відкрити нові ринки та завоювати нові позиції для промислової продукції, збільшити обсяги продажу на основі впровадження нових методів продажу та просування товарів на ринки;

– поліпшити фінансові результати від діяльності підприємств за рахунок збільшення надходжень від реалізації нової або значно поліпшеної продукції;

– сприяти оновленню технологічної бази підприємств, виробничих потужностей, їх більш повнішого використання, що дозволить оптимізувати виробничі процеси, забезпечити розвиток галузевої реструктуризації промисловості та прискорити технологічну модернізацію підприємств.

Рівень інноваційності активності підприємств в Україні залишається низьким (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка показників інноваційної активності підприємств в Україні за 2010–2017 рр., % (складено за [2])

Необхідно відзначити, що частка підприємств, що впроваджували інновації у 2010 р. складала 11,5% і поступово зросла до 14,3% за підсумками 2017 р. Але в той же час необхідно відзначити про суттєве зменшення частки реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції – з 3,8% у 2010 р. до 0,7% у 2017 р.

Все це засвідчує про зростання проблем у забезпеченні розвитку вітчизняного наукоємного виробництва. Це також підтверджується суттєвим зменшенням динаміки показників впровадження інновацій на підприємствах (рис. 2).

У відповідності до Угоди про асоціацію України з ЄС передбачена повна підтримка зі сторони країн ЄС за рахунок відповідності європейським стандартам щодо стимулювання розвитку наукоємного виробництва. Це дозволить

забезпечити розвиток вітчизняного наукоємного виробництва, реструктуризувати та модернізувати певні галузі промисловості. А тому, як зазначено у Стратегії розвитку високотехнологічних галузей на період до 2025 р., головними завданнями мають стати забезпечення зростання наукоємної економіки та її інноваційний розвиток, зростання конкурентоспроможності виробленої продукції, впровадження сучасних технологій тощо [1].

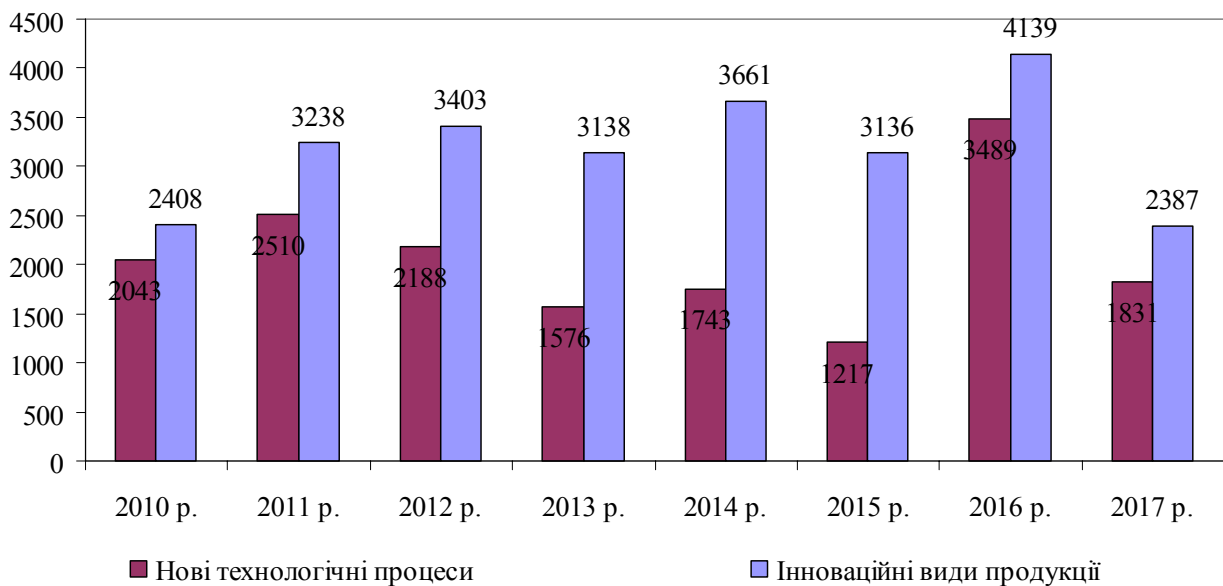


Рис. 2. Динаміка впровадження інновацій на підприємствах за період 2010–2017 рр.
(складено за [2])

Вітчизняне наукоємне виробництво має велике значення для економіки України, оскільки надає можливості розширити ринки збуту, ефективно використовувати наявні ресурси та стимулювати розвиток інших галузей економіки.

Список використаних джерел:

1. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=c9b6f0b0-1ed5-4aba-a25e-f824405ccc64&>.
2. Наука, технології та інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Лазаренко Д. Б.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

На сучасному етапі розробка та реалізація інноваційної стратегії є ключовим фактором розвитку економічної системи в цілому, а інновації та наукоємна продукція значною мірою стають результатом кооперації діяльності багатьох суб'єктів, в тому числі і закладів вищої освіти. Найбільш ефективною є та кооперація освітньої, дослідницької та виробничої діяльності, в рамках якої виробництво інновацій поєднується з формуванням необхідних компетенцій людського капіталу.

В даний час, коли інноваційна інфраструктура закладів вищої освіти за більшістю напрямків сформована, держава ставить завдання досягнення цілісності та збалансованості національної інноваційної системи, здатної до виробництва та впровадження інновацій, що забезпечують реальне економічне зростання в країні. Однак розвиток інноваційного потенціалу України в даний момент характеризується нерівномірністю і нестійкою динамікою факторів, що визначають прогрес. Таким чином, робота повинна здійснюватися за двома напрямками:

1) пошук нових стратегій регулювання національної інноваційної системи та її регіональних сегментів, з метою досягнення більшої віддачі;

2) забезпечення повноцінної участі нашої країни в системі міжнародного поділу праці, позиціонування її в нових галузях, створення нових ринків.

Як відомо, факторами стабільності економіки знань і інновацій є [2, с. 147]:

1) створення центрів переваги (excellent science centers), які концентрують дослідників-лідерів, чия робота сприяє зростанню інноваційної інфраструктури, залучення талановитих дослідників, студентів, більш «якісних» резидентів дослідних та інноваційних центрів;

2) досягнення індустріального лідерства – виведення інноваційних підприємств в лідерські позиції в галузях на регіональних і міжнародних ринках. Цей напрямок вирішує важливу проблему супроводу бізнесу наукою – доступ до фінансових механізмів перерозподілу ризиків (залучення венчурних фірм і бізнес-ангелів, підтримка інноваційних підприємств і виведення їх в компанії-лідери, або забезпечення інкубаційної підтримки);

3) відображення соціальних викликів – концентрація зусиль науки, бізнесу та держави на вирішенні соціальних і гуманітарних проблем місцевих громад.

Однак, слід зазначити, що в останні роки екстенсивний тип розвитку закладів вищої освіти, як і всіх інших економічних суб'єктів домінував над інтенсивним,

пов'язаним зі змістовно-якісною трансформацією організаційних компонентів, продуктової стратегії, форм обслуговування клієнтів, напрямків і механізмів генерування та дифузії знань і інновацій. Це проявляється в тому, що реальні якісні зміни науково-освітнього процесу у вітчизняних університетах, безумовно, стикаються з різноманітними проблемами інтенсивного зростання.

Порівняльний аналіз кращих практик організаційних змін українських закладів вищої освіти, що розвиваються в напрямку вектору інноваційної модернізації, дозволяє зробити обґрунтований висновок про те, що в якості базисних підстав ефективної організаційної трансформації університету, як правило, виступають перетворення інформаційно-комунікаційних систем, бізнес-процесів, що підтримують всі інші його підсистеми, в тому числі інноваційну інфраструктуру та забезпечують кооперацію і взаємодію всіх суб'єктів освітнього та науково-дослідного процесів всередині закладу вищої освіти та зовнішнім середовищем.

В контексті інноваційної інфраструктури закладів вищої освіти етап реструктуризації спрямовано на модернізацію процесів і механізмів здійснення науково-дослідницької діяльності, що забезпечує її адаптацію до змін зовнішнього середовища та вимог споживачів.

Дослідники пов'язують організаційний розвиток університетів, продиктований стратегічними пріоритетами держави, з розвитком інноваційної цифрової економіки, з глибоким переглядом місії в напрямку розвитку підприємницької орієнтації, що істотно змінює як саму організаційну форму університету, модель інфраструктури, так і норми, моделі поведінки, формати залученості дослідників в принципово нові бізнес-процеси [1, с. 163]. Слід підкреслити, що активна залученість в підприємницькі (інноваційні та технологічні) бізнес-процеси і «підключення» резидентів університету (викладачів, учнів, дослідників, аспірантів) до інноваційної інфраструктури виступають ключовими факторами як індивідуального, так і організаційного успіху.

Але, на жаль, існує парадокс: дослідні компетенції не відповідають маркетинговим. Це знижує можливості просування як заявок на дослідження, так і самих інноваційних продуктів; відсутність в університетах ефективного управління дослідженнями, що обмежує можливості міждисциплінарних досліджень, кооперації в рамках закладу вищої освіти, мережевих альянсів дослідних установ і бізнес-структур; неефективні механізми контролю за дослідницькою діяльністю закладу вищої освіти, надмірна централізація, відсутність фінансової автономії у дослідницьких та інноваційних підрозділів закладів вищої освіти – все це обмежує можливості просування, гнучкість інноваційних підрозділів, загрожує

мотивації виконавців проектів (мається на увазі низький рівень оплати дослідницької діяльності).

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Основні напрями забезпечення конкурентоспроможності закладів вищої освіти / Т. З. Гвініашвілі // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Суспільна місія класичного університету в сучасному світі», приуроченої до 100-річчя ДНУ імені Олеса Гончара / ред. кол. : М. В. Поляков (голова) та ін. – Дніпро: ДНУ, 2018. – С. 162–165.
2. Хусаїнов Р. В. Інституційні умови та механізми активізації інноваційної діяльності в Україні / Р. В. Хусаїнов, Л. Г. Данченко // Стан та проблеми розвитку національної економіки в умовах перманентних кризових явищ / за ред. д.е.н., проф. О. О. Непочатенко. – Умань: Видавець «Сочінський», 2015. – 236 с.
3. Економічний вимір конкурентоспроможності вищої освіти: моногр. / Верхоглядова Н. І., Чередниченко О. М., Венгерова В. Ю., Іванникова Н. А., Гринько Т. В. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – 172 с.
4. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – №1-2 (2). – С. 51–54.

К. е. н. Лемберг А. Г., Онишкевич Н. О.

Дніпровський національний університет імені Олеса Гончара (Україна)

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки особливо актуальними постають питання, які пов'язані з необхідністю забезпечення кожним регіоном держави належного рівня використання та перспектив нарощення інноваційного потенціалу. Створення сприятливого інноваційного клімату у нашому суспільстві потребує рішучих дій уряду, спрямованих на розвиток у першу чергу низки базових напрямів, таких як підвищення конкуренції, захист прав інтелектуальної та промислової власності, покращення фінансового середовища для підтримки інновацій [1, с. 56].

За світовими тенденціями ефективна політика у цій сфері повинна встановлювати цілі на довгострокову перспективу й дотримуватися стабільного, а також послідовного збільшення інвестиційних коштів в інноваційну систему [3, с. 14].

Європейський Союз має за мету досягти 3% інвестицій від рівня ВВП у науково-дослідну сферу. Фінансування такої діяльності в ЄС здійснюється за трьома рівнями: регіональним, національним та наднаціональним зі структурних фондів ЄС. Механізми та різновиди фінансового стимулювання змінюються

в залежності від країни та регіону шляхом зниження податкових зборів, надання позик, пільгових кредитів та грантів. Можна навести такі загальні тенденції у цій сфері:

- зростання витрат на науку та інновації;
- фінансування державою переважно фундаментальних досліджень, до фінансування практичних досліджень залучаються кошти з позабюджетних фондів;
- податкові та інші фінансові пільги одержує пріоритетна для держави чи регіону інноваційна діяльність, серед яких може бути конкретний інноваційний напрямок, співпраця малих інноваційних компаній та великого міжнародного бізнесу, міжрегіональне співробітництво в інноваційній сфері, стимулювання науковців до створення власного бізнесу на базі наукових досліджень;
- фінансове стимулювання застосовують для суб'єктів попиту та пропозиції, а також для збільшення їх взаємодії. Так, наприклад, держава або регіон виділяє кошти на умовах спільного фінансування для державно-приватних науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР).

Сьогодні серед основних завдань України можна виокремити здійснення політики щодо збільшення фінансування розробок та впровадження інновацій. Джерелами фінансування можуть бути власні кошти, вкладення інвесторів, кредитні кошти, а також кошти з державного бюджету.

На рівні макроекономіки важливого значення набуває питання державної участі в процесі фінансового забезпечення підприємств усіх рівнів шляхом надання субсидій, пільгового оподаткування та кредитування, виділення цільових коштів, компенсація відсотків за подібним кредитуванням.

Проте, фінансування інноваційної діяльності з державного бюджету в Україні має тенденцію до скорочення. Так, частка бюджетного фінансування наукової та науково-технічної діяльності упродовж 2010–2017 рр. знизилась з 0,75 до 0,45 % ВВП [4, с. 141], що поступається рівню витрат на науку в Європі, де така частка становить у середньому 2,03 % від ВВП.

Регіональні бюджети не мають змоги здійснювати ефективну підтримку інноваційним проектам і не мають власних засобів податкового стимулювання.

Пряме фінансування за рахунок асигнувань із державного та місцевих бюджетів є досить обмеженим, оскільки стосується незначної кількості підприємств (приблизно 3 % від загальної кількості інноваційно-активних). Ми можемо спостерігати, що використання навіть цих обмежених коштів далеке від належного рівня фінансування інноваційних розробок, оскільки значна їх частина

приходить на розвиток підприємств галузей видобування, низько-технологічним виробництвом (галузі металургії та хімії) [5, с. 84]. Сфера інформаційного забезпечення тісно пов'язана з розвитком інноваційної діяльності. Для її стимулювання передбачені пільги, які також і надаються, проте їх частка від загального обсягу пільг має тенденцію до зменшення.

Дослідження і розробки також знаходяться серед тих видів діяльності, які мають найменшу підтримку через податкову систему: на цей вид діяльності припадало не більше 1% у загальній сумі пільг із податку на прибуток та податку на додану вартість. З введенням в дію Податкового кодексу України ця тенденція продовжилась [2, с. 87]. Такий галузевий розподіл коштів гальмує прогресивні структурні зрушення у промисловості.

Підвищення конкурентоспроможності національної економіки на світовому рівні буде неможливим за наявного рівня інноваційної активності підприємств, для стимулювання якого першочерговим завданням є зростання інвестиційних можливостей для здійснення інноваційних проєктів, належна підтримка функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Стратегічний розвиток підприємств України на основі інноваційної діяльності / Т. З. Гвініашвілі // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка»: зб. наук. праць. – Рівне: НУВГП, 2013. – Вип. 3 (63). – С. 51–57.
2. Єрмакова О. А. Інструменти державної інноваційної політики України в контексті впровадження європейського досвіду / О. А. Єрмакова // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 1. – С. 85–96.
3. Інновації в Україні: Європейський досвід та рекомендації для України. – Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів. Остаточний варіант (проєкт від 19.10.2011). – К.: Фенікс, 2011. Т. 3. – 76 с.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К., 2018. – 178 с.
5. Шовкун І. А. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в контексті неоіндустріалізації економіки України / І. А. Шовкун // Фінанси України. – 2014. – № 12. – С. 83–95.

К. е. н. Літвінов О. С., Кузнецова К. П.

Одеський національний економічний університет (Україна)

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА:
СУТНІСТЬ ТА ВИДИ**

Світовий досвід в умовах інтелектуальної революції показує перевищення нематеріальної складової у вартості діючого бізнесу. З поширенням інформаційних технологій, структура компаній різко змінилася, орієнтуючись на цінність, заснована на нематеріальних благах. Ні багатства надр, ні родючі землі, ні ідеальний клімат, ні туристична приналежність не в змозі зрівнятися за могутністю та суспільною значущістю з потенціалом людського розуму.

Загальна тенденція розвитку інноваційних економік, що знаходяться під впливом інформаційної революції, характеризується новим співвідношенням між людським і фізичним капіталом, за яким людський капітал стає пріоритетом в економічному розвитку. Так, згідно з розрахунками Всесвітнього банку, у складі національного багатства США виробничі фонди (споруди та приміщення, машини й обладнання) становлять всього 19%, природні ресурси – 5%, людський капітал – 76%. У Західній Європі відповідні показники дорівнюють 23,3% і 74%; у Росії – 10,40% і 50% [3].

На думку Т. Стюарт: інтелектуальний капітал – це невидимі активи, знання, базисна компетенція, стратегічні активи, базисні можливості, невовимі ресурси, організаційна пам'ять [2]. Очевидно, що існує багато трактувань терміна «інтелектуальний капітал» різними авторами. Так, наприклад, О. Стрижак під інтелектуальним капіталом підприємства розуміє «сукупність здібностей та знань, які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі, орієнтована на задоволення потреб суспільства з метою створення інноваційного потенціалу та одержання доходу» [1].

Сутність інтелектуального капіталу як економічної категорії визначається як система відносин різних економічних суб'єктів щодо раціонального стійкого його відтворення на основі прогресивного розвитку науки для конкурентоспроможного виробництва конкретних товарів, послуг, доходу, підвищення життєвого рівня працівників, вирішення проблеми нерівномірності світового та регіонального розвитку на основі персоніфікованих економічних інтересів суб'єктів.

Розглянемо погляди сучасних авторів на класифікацію ІК. Так, О. Н. Колпакова у структурі ІК виділяє людський, структурний (споживчий та організаційний у вигляді інтелектуальної власності і процесного капіталу) і емоційний

капітал. При цьому економічну сутність ІК дослідник бачить в історично визначених відносинах з приводу формування і використання знань, що мають економічну цінність, інтелектуальних здібностей працівників і господарюючих суб'єктів, що забезпечують їх ефективне використання в цілях отримання додаткового доходу [5, с. 70].

Автори, які розглядали та вивчали класифікаційну систему ІК в Україні були О. Бутник-Сіверський та О. Кендюхов. Так, О. Бутник-Сіверський розділяє свою класифікацію ІК за: формою власності, корпоративною трансакцією, резидентністю, формою залучення, за терміном знаходження у розпорядженні суб'єкта господарювання, способом формування, можливістю визначення вартості [4].

В результаті критичного розгляду підходів до визначення складових ІК та встановлення класифікаційних ознак було запропоновано класифікацію складових ІК за видами. Всі елементи ІК було розділено на чотири групи: людський капітал, капітал відносин, технологічний капітал та організаційний (структурний) капітал. Людський капітал полягає в інтелектуальних можливостях та знаннях персоналу, робітників підприємства забезпечувати досягнення цілей підприємства. Капітал відносин представляє собою сукупність тих відносин, які оточують підприємство зовні, які допомагають досягти цілей підприємства. Технологічний капітал – це сукупність знань та навичок, яка призначена або полягає у інженерних, програмних або дизайнерських розробках. Організаційний (структурний) капітал полягає в тому, що це сукупність інституціоналізованих знань, характеристик системи організації діяльності та управління підприємством і його репутацією (гудвіл), за допомогою яких підприємство досягає свої цілі [4].

Таким чином, ІК являє собою багатогранне явище, що формується як результат взаємодії людського, організаційного, інтелектуально-технологічного капіталів й капіталу відносин, і є сукупністю знань у всіх його формах, як ресурсу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Стрижак О. Формування інтелектуального капіталу підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами» / О. Стрижак. – Х., 2004. – 23 с.
2. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт ; пер. с англ. В. Ноздриной. – М. : Поколение, 2007. – 368 с.
3. Майбуров И. Эффективность инвестирования и человеческий капитал в США и России / И. Майбуров // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 4. – С. 3–13.
4. Літвінов О.С. Складові інтелектуального капіталу підприємства / О. С. Літвінов // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики. Матеріали сьомої міжнар. наук.-практ. конф. (14–15 вересня 2018 р.). – О. : Атлант, 2018. – 248 с.

5. Казакова О. Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, структура / О. Казакова, Э. Исхакова, Н. Кузьминых // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2014. – №5. – С.68–72.

Лозицький Я. Р., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЇ: ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Інновація є перспективним питанням для будь-якої гнучкої організації. Інновації приносять нову концепцію організації для зростання і бути лідером у цій галузі. Загалом, інновації можна визначити як процес приведення нових продуктів і послуг на ринок. Це одне з найважливіших питань сьогоденного бізнесу. Таким чином, інноваційна ідея може бути стимулюючим фактором для якості та скорочення цін на товари та послуги. Іншими словами, інновації можуть принести зміну парадигми на будь-якому ринку. Він може змінювати звичайні практики або навіть створювати новий ефективний ринок. Без інновацій організація повільно втратить як продаж, так і прибутковість. Отже, існує дуже висока ймовірність того, що компанія може бути переможена своїми конкурентами. Коротше кажучи, інновації є важливою основою, на якій конкуренція світових економік на глобальному ринку [1].

По суті, інновації можуть бути визначені як використання нових ідей, що ведуть до створення нового продукту, процесу або послуги. Це не просто винахід нової ідеї, а, власне, «приведення її на ринок», реалізація її на практиці та її використання таким чином, що призводить до нових продуктів, послуг або систем, які додають цінності або покращують якість. Це, можливо, охоплює технологічні перетворення та реструктуризацію управління. Інновації можуть бути отримані лише за допомогою мислення, що створює нову цінність, і до значних змін у суспільстві. Таким чином, інновації будуть успішними в істинному сенсі, якщо організація зможе зрозуміти потреби клієнта, а потім побудувати продукти, які відповідають цим потребам. В основному, інновації можна розділити на наступні типи: інновації в продуктах; інновації в процесі; інновації в маркетингу; інновації в організації [2].

Таким чином, інновація не обов'язково є винаходом нової концепції продукту / послуги. Вона також може посилятися на діяльність з ведення роботи однозначно в кожному аспекті організації з урахуванням вимог клієнта.

Інновація є одним з фундаментальних процесів стратегічного управління, і загалом визнається головним джерелом конкурентних переваг для окремих компаній, а також для цілої економічної та соціальної систем. Однак визнання цього факту недостатньо. Насправді ми повинні бути компонентами і знати, як управляти стратегічними процесами, які перетворюють ідеї та творчі пропозиції в проекти та практичні рішення, працюючі та стабільні з точки зору нових продуктів, виробничих процесів, організаційних форм або нових бізнес-моделей у відповідь на мінливі потреби суспільства та ринків [5].

Важливо чітко визначити різницю між винаходом і інноваціями. Винахід означає нову ідею. Інновація – це комерційне застосування та успішна експлуатація вигаданої та існуючої ідеї в організації. Принципово, інновація означає запровадити щось нове у бізнесі. Це може включати:

- вдосконалення або заміщення бізнес-процесів для підвищення ефективності та продуктивності або для того, щоб дозволити компанії розширити асортимент або якість продукції та (або) існуючих послуг;
- розробка абсолютно нових і вдосконалених продуктів і послуг – часто для задоволення швидких змін попиту або потреб клієнтів або споживачів;
- підвищити вартість продуктів, послуг або ринків, щоб диференціювати компанію від конкурентів і збільшувати сприйнятливую цінність для клієнтів і ринків [4].

Інновації можуть визначити єдиний великий прорив; наприклад, розробка абсолютно нового продукту або послуги. Однак це також може бути серія невеликих додаткових змін. Якою б не була її форма, інновація – це творчий процес. Ідеї можуть надходити з:

- в межах підприємства, тобто працівників, посадових осіб або праці в галузі досліджень і внутрішнього розвитку;
- за межами підприємства, тобто постачальників, клієнтів, ЗМІ, дослідження ринку, опублікованого іншою організацією або університетами, та інших джерел нової технології.

Таким чином, успіх виходить від фільтрації цих ідей, виявлення тих, на яких компанія зосередиться на реалізації та ресурсах для їх використання. Отже, впровадження інновацій може сприяти підвищенню продуктивності, зниженню витрат, підвищенню конкурентоспроможності, встановленню цінності бренду, збільшенню продажів і підвищенню прибутковості, а також встановленню нових партнерських відносин і взаємовідносин між зацікавленими сторонами. Аналогічним чином, найбільші новатори повинні враховувати навчання та

поширення культури інновацій перед тим, як говорити про процедури та організацію [3].

Список використаних джерел:

1. Азоев Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика / Г. Л. Азоев. – К: Центр економіки і маркетингу, 1996. – 235 с.
2. Булах І. В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І. В. Булах // Вісник Нац. університету водного господар. та природокористування: зб. наук. праць. – Рівне: Видавничий центр НУВГП, 2007. – Вип. 3 (39). – С. 24–31.
3. Грант Р. М. Ресурсна теорія конкурентних переваг: практичні висновки для формування стратегії / Р. М. Грант // Вісник Санкт-Петербурзького університету. Менеджмент. – 2003. – №8. – С. 47–76.
4. Оберемчук В. Ф. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти / В. Ф. Оберемчук. – К.: Київський нац. ек. університет, 1999. – 19 с.
5. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
6. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 103–106.

Маср В. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ТЕНДЕНЦІЇ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ
ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Нині для суспільства широко значення відіграють можливості самореалізації й самовираження, гарантії зайнятості, гідні умови праці й перспективи особистісного та професійного розвитку, які стають основними інноваційними чинниками мотивації до праці. Сутність управління поведінкою персоналу – це системний, планомірний організований вплив за допомогою взаємозалежних організаційно-економічних і соціальних заходів на процес формування, розподілу, перерозподілу робочої сили на рівні підприємства, на створення умов для використання трудових якостей працівника (робочої сили) з метою забезпечення ефективного функціонування підприємства і всебічного розвитку зайнятих на ньому працівників [2, с.129].

Інноваційний підхід до управління мотивацією працівника виступає базою сучасної ідеології новітнього управління поведінкою персоналу, що орієнтуються

не тільки на вирішення поточних питань, оперативні зміни в розміщенні кадрів. В кінцевому підсумку на плануванні підвищення якості трудового життя працівника й колективу загалом як одного з головних завдань підвищення конкурентоспроможності підприємства і як можливості свого інноваційного розвитку [1].

Нові інноваційні підходи до управління персоналом значною мірою пов'язані з концепцією якості трудового життя, яка ґрунтується на трудових теоріях гуманізації праці, людського капіталу та людського розвитку.

В Україні рівень впровадження інновацій надзвичайно низький, внаслідок нестачі коштів для розвитку інноваційної діяльності, недостатньої фінансової підтримки з боку держави, недосконалої законодавчої бази інноваційного розвитку. А також, що не менш важливо, високого економічного ризику впровадження інновацій, значних обсягів витрат на нововведення, тривалому терміну окупності та нестачі кваліфікованих кадрів, здатних сприймати інновації.

Для того, щоб уникнути цих наслідків необхідно запровадити комплексну систему заходів, спрямованих на стимулювання до підвищення інноваційної активності як підприємств так і робітників. Крім того, необхідно основну увагу приділити творчій діяльності працівників у реалізації стратегічних задач інноваційного розвитку виробництва, наблизити до активності працюючих.

Завдяки науково-технічному прогресу виробництві та посиленій конкуренції на ринку виникає необхідність до підвищення вимог до професіоналізму працівників, їх інтелектуального рівня, якості їх праці. Це вимагає відповідного інвестування в персонал, його навчання, матеріальне стимулювання, а також створення сприятливих умов праці, що виступає основним чинником якості праці працівників на підприємстві.

Для досягнення ефективної діяльності підприємства необхідно запровадити процес постійного підвищення кваліфікації й перепідготовки працівників за всіма необхідними напрямками, зокрема з управління якістю продукції, вивчення нових властивостей інноваційної продукції, методів забезпечення її використання та надійності [2, с. 129].

Під стимулюванням інноваційної діяльності підприємств розуміється процес зовнішнього впливу на інтереси суб'єктів господарювання та їхніх працівників, інших учасників інноваційного процесу. Стимулювання до інноваційної активності полягає в тому, що:

- 1) необхідно домогтися підвищення розумової активності, стимулювати пошук нестандартних рішень, створити та підтримувати атмосферу творчості;

2) інноваційна діяльність в ринкових умовах не виступає кінцевим результатом, а тільки її комерційний результат, якого може і не бути.

Водночас головною передумовою впровадження результатів наукових досліджень та їх комерціалізації є сприятливе інноваційне середовище та розвиток реального сектору економіки. Отже, під стимулюванням інноваційної діяльності підприємств слід розуміти процес зовнішнього впливу на інтереси роботодавців, робітників, суб'єктів фінансування інновацій для появи в них спонукального мотиву у здійсненні інноваційної діяльності та підвищенні її ефективності.

Виділяють два напрями стимулювання інноваційної активності на підприємстві, які полягають у:

- підвищенні економічної віддачі інновацій: зростанні прибутку, зниженні витрат, підвищенні якості продукції;
- стимулюванні творчої активності працівників, формуванні умов для їх розвитку та інше.

Отже, процес стимулювання інноваційної активності персоналу охоплює такі етапи: пошук, відбір та підготовка висококваліфікованих фахівців; формування позитивного сприйняття інновацій; активна участь у розробці та впровадженні інновацій творчих людей; формування іміджу організації та колективу творчих працівників; накопичення і розвиток інноваційного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Бортнік С. М. Інноваційні підходи до управління мотивацією персоналу підприємства [Електронний ресурс] / С. М. Бортнік. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32407/1/243-434-435.pdf>
2. Колот А. М. Соціальна відповідальність [текст]: теорія і практика розвитку: монографія / А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.

К. е. н. Максютенко І. Є.

Фізична особа-підприємець, Київ (Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЄВРОСОЮЗУ

Сучасне суспільство все більше у своїй життєдіяльності використовує інноваційні технології. Передусім це обумовлено тим, що прискорюється процес інформаційного обміну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що Україна на сучасному етапі досить сильно відстає від країн ЄС [1]. При цьому, такий стан речей для України у більшості своїй обумовлений не стабільністю політичної ситуації в країні. Відповідно політична ситуація, що склалася, негативно впливає і на джерела фінансування інновацій. Проте, саме зовнішньополітична ситуація України вимагає та стимулює до більш активної розробки та впровадження інновацій, що історично виникають першочергово у військовій галузі та обумовлені потребами армії, яка в свою чергу, орієнтована на захист суверенних інтересів держави.

Проблематика дослідження. Необхідно зазначити, що якісні властивості інновацій в Україні та ЄС досить сильно відрізняються одне від одного за своїм характером.

Мета дослідження – визначити тенденції та напрями інноваційного розвитку України в контексті розвитку Євросоюзу.

Цілі дослідження: огляд та аналіз статистичної бази розвитку інновацій Євросоюзу та порівняння її з тенденціями розвитку інновацій в Україні з метою визначення найбільш перспективних напрямів розвитку інноваційної сфери України.

Статистичні дані свідчать про те, що в цілому в ЄС у інноваційну діяльність залучено близько 49,1% підприємств та їх частка постійно збільшується. При цьому основними напрямками інновацій є організаційні інновації, що впровадили більше ніж чверть (27,3%) підприємств. Другий найпоширеніший тип інновацій – це впровадження інноваційної продукції (інновації, що охоплює нові або значно покращені товари або послуги), що здійснили 23,9% всіх підприємств. На третьому місці впровадження маркетингових інновацій, які реалізувало 22,8% підприємств, та на четвертому технологічні інновації, які були реалізовані 21,6% підприємств. При цьому, окремі підприємства змогли запровадити більше ніж один з цих типів інновацій. Основний характер інновацій має екологічний напрям [1].

Так більше половини, а саме 52,7% всіх інноваційних підприємств повідомили, що їхні інновації мають екологічні переваги. 48,2% інноваційних підприємств ЄС запровадили інновації, з яких виникли екологічні переваги на підприємстві, тоді як трохи менше третини (30,3%) інноваційних підприємств запровадили інновації, у яких екологічні вигоди були пов'язані з їх споживанням або використанням.

Проводячи паралель з розвитком інноваційної діяльності в Україні можна зазначити, що питома вага підприємств, які впроваджували інновації склала 14,3%,

при цьому питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової склала 0,7 %. Кількість впроваджених технологічних 1831 процесів, з яких маловідходні, ресурсозберігаючі технології 611 процесів. В Україні впроваджено виробництво інноваційних видів продукції 2387 найменувань процесів склала, з яких 751 нові види техніки [2]. При цьому, основними джерелами фінансування інновацій стали власні кошти підприємств – 84%, на інші джерела фінансування приходить 12%, доля фінансування інновацій державою та іноземними інвесторами катастрофічно мала у складає відповідно 2% та 1%, що свідчить про несприятливість інвестиційного клімату в Україні для іноземних інвесторів та відсутність можливостей сприяння розвитку інновацій державою. Таким чином, можна зробити наступні висновки про тенденції розвитку інновацій в Україні:

- інновації здійснюються у своїй більшості для оптимізації виробничого процесу та мінімізації витрат виробництва;
- відсутня орієнтація підприємств на потреби в інноваціях споживчого ринку;
- інновації впроваджуються лише великими підприємствами за рахунок власних коштів;
- кількість підприємств, що орієнтовані на розробку інновацій складає 16% [2];
- питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП складає 0,64% [2].

Таким чином, проведений аналіз свідчить про те, що інноваційні розробки та впровадження в ЄС орієнтовані на покращення якості життєдіяльності населення в той час коли інновації в Україні це спроба оптимізації виробничого процесу для мінімізації витрат. Характер інноваційної діяльності підприємств ЄС обумовлений вимогами споживчого ринку, при цьому чим ринок значніший, наприклад ринок ЄС або національний тим більше інноваційних продуктів він вимагає. Отже українські підприємства у своїй інноваційній діяльності мають орієнтуватися саме на потреби європейського ринку в інноваційній продукції. Крім того, необхідно зазначити, що основну ставку треба робити на МСП, адже в Україні саме вони є найбільш адаптивною формою до вимог навколишнього середовища і найбільш гнучкою для пристосування до неї. Стосовно джерел фінансування інновацій таких МСП можна відзначити, що світова практика довела успішність використання стартапів та венчурного фінансування [3].

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Євростатистики – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/overview>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Буряк Л. Д. Венчурне інвестування як інструмент фінансування інноваційного розвитку суб'єктів малого підприємництва / Л. Д. Буряк, А. М. Павліковський, Н. Л. Кремпова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4. – С. 57–61.

К. е. н. Михайленко О. Г., Машкіна К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Велика кількість країн протягом останнього десятиріччя встановили стратегічний курс на інноваційний розвиток економіки. Проте невід'ємною складовою інноваційного розвитку економіки будь-якої країни, насамперед, є інноваційний розвиток підприємств різних сфер економічної діяльності та організаційно-правових форм, що обумовлює актуальність проведення досліджень, присвячених проблематиці та стратегіям інноваційного розвитку підприємств на різних рівнях.

Аспектам інноваційного розвитку підприємств присвячено багато наукових праць, у яких досліджено стратегії та методи забезпечення інноваційного розвитку підприємств.

Дослідженням даної теми займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Й. Шумпетера, П. Друкера, Б. Санто, Б. Твісса. Результати досліджень інноваційної діяльності підприємств та питання, що певною мірою стосуються інноваційного розвитку, широко висвітлювалися в наукових публікаціях С. Ілляшенка і Ю. Шипуліної, Б. Мільнера, В. Гриньової і В. Власенко, І. Федулової, І. Левицької та інших

Під інновацією прийнято розуміти нововведення в галузі техніки, технології, організації праці та управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду, а також впровадження цих нововведень в самих різних областях і сферах діяльності. Інновація іноді трактується як інвестиції в новації, вкладення в що-небудь нове і передове, що приносить на практиці конкретний результат [1].

Інноваційний розвиток підприємства – це закономірно та послідовно здійснюваний процес конкретних заходів щодо проведення наукових досліджень

і розробок, створення новинок та освоєння їх у виробництві з метою отримання нової або покращеної продукції, нової або удосконаленої технології виробництва [1].

Розробка стратегії інноваційного розвитку насамперед включає в себе процес аналізу та визначення стратегічних орієнтирів підприємства. Не менш важливим фактором для успішного вибору стратегії є оцінка можливостей фірми, щодо її реалізації. Тому вибір і реалізація інноваційної стратегії залежить від стану інноваційного потенціалу, формування якого може здійснюватися за рахунок компонентів і елементів внутрішнього середовища організації. Набір ресурсів, якими володіє організація, формує її інноваційний потенціал та характеризує готовність до систематичного інноваційного розвитку [2].

В якості критерію вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства слід використати стадії його життєвого циклу, що безпосередньо взаємопов'язані з інноваційною діяльністю підприємства. На рис. 1 представлено зв'язок між стратегією інноваційного розвитку та стадією життєвого циклу підприємства.

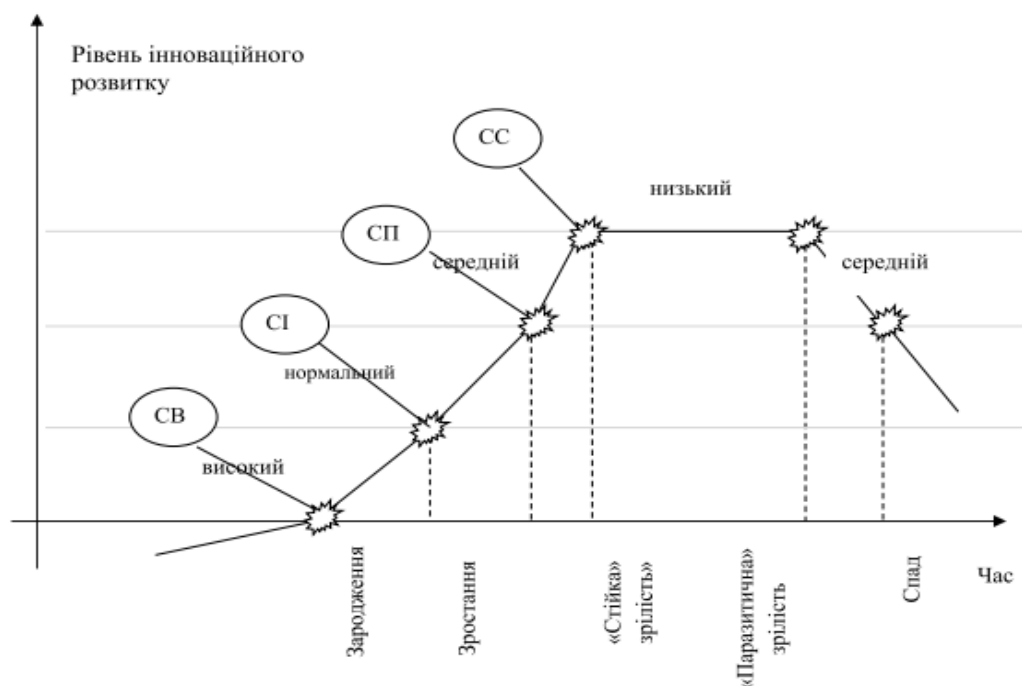


Рис. 1. Зв'язок між стратегією інноваційного розвитку та стадією життєвого циклу підприємства [3]

Стратегія вживання та оновлення (СВ) застосовується на стадії зародження життєвого циклу підприємства, якому відповідає високий рівень інноваційного розвитку. Дана стратегія передбачає пошук нових шляхів для усунення небезпек та загроз діяльності підприємства [3].

Наступна стратегія – стратегія інтенсифікації зусиль (CI). Вона використовується на двох стадіях життєвого циклу, як на стадії зростання, так і на стадії спаду. Отже, дана стратегія повинна передбачати заходи як на підтримання позитивних зростаючих позицій, так і на недопущення переходу підприємства до стану небезпеки, де дія негативних факторів впливу є максимальною. Характеризується нормальним рівнем інноваційного розвитку. Мета даної стратегії полягає у створенні передумов для виходу з кризи та подолання наслідків негативних факторів впливу на основі покращення рівня існуючих позицій функціонування підприємства. Є необхідним розробити на всіх рівнях управління підприємством системи заходів, спрямованих на оптимізацію ефективного та інтенсивного використання усіх видів ресурсів праці, енергії, сировини і матеріалів, обладнання та інше [4].

Наступною є стратегія попередження дії негативних факторів впливу (СП), яка націлена на вихід із стану ризику підприємства. Вона характеризується застосуванням на двох стадіях циклу: стадії зростання і стадії зрілості. Тобто дана стратегія повинна передбачати заходи для підтримання позитивних зростаючих позицій, а також заходи для перешкоджання до стану загрози та максимальної дії негативних факторів впливу. Стосовно рівня інноваційного розвитку даної стратегії, то він набуває середнього показника. І останньою стратегією є стратегія стабілізації та зміцнення досягнутих позицій (СС), яка використовується для підтримання стану безпеки підприємства та створення нових передумов його зміцнення та подальшого розвитку. Вона передбачає закріплення одержаних позицій, певного розвитку підприємства, підвищення ролі фінансових механізмів, розширення відтворювальних процесів. Застосування даної стратегії сприяє досягненню нового етапу розвитку підприємства, отже, вона повинна мати всю необхідну основу для стійкого росту ефективності суспільного виробництва та створення умов для збереження та нарощення позитивних тенденцій зростання підприємства [3].

Отже, інноваційний розвиток підприємства представляє собою процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації уміння знаходити нові рішення, ідеї та обирати необхідні стратегії. Кожна стадія життєвого циклу відповідає певному рівню інноваційного розвитку підприємства. Першому етапу – етапу зародження відповідає високий рівень інноваційного розвитку; етапу зростання – нормальний рівень

інноваційного розвитку; етапу зрілості – середній рівень інноваційного розвитку; етапу стабілізації – низький рівень інноваційного розвитку. Загалом дані стратегії розробляється так, щоб вони під дією ринкових змін мали здатність трансформуватись одна в іншу. Перелічені стратегії є невід’ємною складовою загальних стратегій підприємств і мають можливість доповнювати функціональні стратегії. Стратегії інноваційного розвитку допомагають підтримувати конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Інноваційний розвиток підприємств (організацій) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/49335/ekonomika/innovatsiyniy_rozvitok
2. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
3. Стратегія інноваційного розвитку підприємства // Международный научный журнал «Интернаука» / за ред. Шавшин О. С., 2017 – 2 том.
4. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / за ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. – К.: Професіонал, 2011. – 960 с

Нековаль Д. С.

Дніпровський Національний Університет ім. Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ

У сучасному економічному просторі країни, що має високий рівень розвитку економіки і соціальних стандартів, перед суб’єктами господарювання постає головне завдання – набуття виняткових конкурентних переваг.

Новітні технології у виробництві, менеджменті, нестандартні підходи до бізнесу, вихід на ринок нових видів послуг – все це сприяє зростанню конкуренції на світовому ринку. Щоб отримувати кількісну та якісну перевагу покупця, ринковим суб’єктам потрібно вміти швидко знаходити нові підходи, вміти вчасно адаптуватися і зорієнтуватися в умовах невизначеності й ринкової нестабільності, тобто вони повинні притримуватись принципів і методів, які передбачає інноваційна економіка. Безпосередньо, інновація – це певна ідея або новий продукт, який проходить наступні стадії: розробки, впровадження і експлуатації соціально-економічного потенціалу [1].

Інновації знаходять своє відображення переважно у промисловості, забезпечуючи його технологічним оновленням, підвищенням продуктивності праці і рівня заробітної плати працівників, а як наслідок, підвищенням

і конкурентоспроможності підприємства. Крім технологічних, вчені-економісти виділяють ще й організаційні та інституціональні інновації, що також тісно пов'язані між собою і не існують окремо одна від одної.

Вперше термін «інновація» застосував вчений Й. Шумпетер, трактуючи його як «нову комбінацію» [1]. Під цим визначенням він розумів таку якість засобів виробництва, що досягалася за рахунок впровадження нових засобів виробництва або оновлення методів його організації, а не через дрібні поліпшення старого устаткування. Він визначав інновації як основну функцію виробництва. Втілення інновацій в соціально-економічну систему гарантує більш корисне і раціональне використання ресурсів. Інвестування в такий спосіб покращення результатів виробництва забезпечує більшу віддачу, але значно підвищується вірогідність підприємницького ризику. Як результат, відбуваються наступні позитивні зміни:

- економіка регулюється шляхом інтенсивного інноваційного розвитку;
- інновації гарантують швидкісне зростання продуктивності факторів виробництва;
- інновації перерозподіляють ресурси стосовно перспективних економічних напрямів;
- інновації підвищують конкурентоспроможність і статус країни в світовій економіці.

Поряд з терміном «інновація» знаходиться інноваційна економіка. Це той тип економіки, при якому відбувається постійне технологічне вдосконалення, виробництво й експорт високотехнологічної продукції з високою додатковою вартістю за рахунок складних технологій. Через дію такої політики відбувається зростання доходів організацій, розвиток інтелектуального капіталу, індивідуальних знань і досвіду працівників, розширення інформаційної інфраструктури підприємства і т.п. Внаслідок цього виникає проблема причин і джерел інновацій. В науковій літературі існує безліч підходів до цього питання, але більшість економістів схилиються до наступних причин і джерел:

- потреби ринку, попит споживача;
- конкуренція на ринку, бажання максимізації прибутку;
- пошук вирішень проблем підприємства під час його функціонування;
- наукові відкриття та винахідництво;
- особисті уявлення про те, що нововведення може змінити якість роботи фірми;
- реалізації ідей творчої особистості;

- наслідування іншим підприємствам і бажання підвищити престиж свого і т.д. На думку аналітиків, 72% всіх ідей, які успішно втілюються на ринку, стимулюються саме попитом покупців. Вибагливі споживачі стимулюють виробника удосконалювати і оновлювати свою продукцію, не знижуючи її якості [2].

Завдяки науковим дослідженням, економісти визначили те, що 75 із 100 нововведень успішно реалізуються на ринку завдяки тому, що відповідають на потреби споживача, а 25 – є результатом нових технічних ідей, що виникли в процесі науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт [3]. Основним мотивом, який спонукає виникнення інновацій, є зміни зовнішнього середовища, що ведуть до появи нових потреб або нових засобів задоволення вже існуючих потреб.

Враховуючи всі вищезгадані визначення, можна дійти висновку, що лідерство будь-якої організації у певній економічній галузі чи ринку базується на застосуванні у власному виробництві інноваційних підходів, що ґрунтуються на постійному аналізі економічної сфери і передбаченні можливих її змін у майбутньому.

Отже, ефективність економіки, зростання її конкурентоспроможності залежать від рівня розвитку інтелектуального капіталу компанії, які його використовують, пропонують на ринку специфічний інноваційний продукт і у такий спосіб ідентифікують себе серед конкурентів і знаходять ринковий попит.

Список використаних джерел:

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: учебник. / Й. Шумпетер – М.: Прогресс, 1992. – 231 с.
2. Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики: / М. Афанасьев, Л. Мясникова // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 79–80.
3. Андрушків Б. М. Основи менеджменту: навч. посіб. / Б. М. Андрушків, О. Е. Кузьмін – Львів: Світ, 2007. – 296 с.
4. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – №1-2 (2). – С. 51–54.
5. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 103–106.
6. Тімар І. В. Імідж підприємства як інноваційний інструмент конкурентної боротьби на ринку готельних послуг/ І. В. Тімар // Економіка і менеджмент – 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 квіт. 2016 р.: у 9 т. – Т.6 – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2016. – С. 20–23.

Ніколаєв М. Г., д. е. н. Мешко Н. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МАРКЕТПЛЕЙСИ ЯК СТРАТЕГІЧНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Сучасні можливості глобального цифрового середовища привабливі тим, що відрізняються не тільки низьким порівняно з оффлайном порогом входженням для нових гравців, але і пропонують дуже широкий спектр напрямків діяльності, а також, у більшості випадків, не потребують стаціонарного доступу для його суб'єктів. У зв'язку із зростанням швидкості руху і обсягів товарів, послуг, технологій і транснаціоналізації капіталів відбувається процес економічної інтеграції між країнами, що сприяє перетворенню національних економік у суб'єкти глобального економічного простору. Ці та інші передумови є вагомими у формуванні нових стратегій розвитку бізнесу на засадах цифрових технологій. Особливу увагу у даному дослідженні приділено маркетплейсам.

На відміну від інтернет-магазинів, які продають товари зі складу, сервіси маркетплейсів агрегують пропозиції постачальників товарів або послуг на одному майданчику, а потім дають зручні інструменти для пошуку, допомагаючи у проведенні транзакцій і регламентують взаємодію між клієнтом і постачальником. Присутність третьої сторони – постачальників – робить модель маркетплейсів складнішою, ніж звичні моделі бізнесу в e-commerce, зате вони виявляються більш гнучкими і легше масштабуються. Модель маркетплейсів стійка з точки зору перспектив монетизації, а «математика» прибутку чи збитку в розрахунку на одного клієнта (uniteconomics) гранично прозора.

Згідно дослідження «Розвиток світових інтернет-майданчиків», яке було проведено фондом електронної торгівлі та Університетом Бізнесу в Найнроді в глобальному цифровому просторі сформовано більше 40 маркетплейсів з капіталізацією понад 1 мільярд доларів [1]. Сфери діяльності маркетплейсів, як бізнес платформ, досить широкого спектру з глобальною та локальною масштабами діяльності. Узагальнено за сферами діяльності доцільно виокремити сім видів маркетплейсів (табл. 1).

Дослідження показали, що серед опитаної аудиторії фахівців (243 онлайн-рестейлера і 43 онлайн-консультанта з усього світу) на тему масштабного розвитку таких торгових онлайн-майданчиків, як Amazon, eBay і Alibaba домінує твердження про глобальні конкурентні переваги цих бізнес моделей [1]. Фокусування на одному типі товару чи послуги дозволяє стартапам в сфері маркетплейсів

краще працювати в своїй ніші і бути в ній мобільнішим за конкурентів. Стартапам за рахунок гнучкості і нестандартного погляду вдається зайняти своє місце навіть у висококонкурентних нішах. Приклад Traveltriangle на висококонкурентному ринку бронювання готелів якнайкраще це доводить.

Таблиця 1. Класифікація маркетплейсів за сферами надання послуг

Сфера туристичних послуг	Назва	Електронна адреса сайту	Сегмент та масштаб ринку
Продаж товарів та послуг	Amazon eBay Alibaba	https://igate.com.ua/company/amazon https://igate.com.ua/company/amazon https://igate.com.ua/company/alibabacom1	Товари, платіжні послуги, розваги по всьому світі
Бронювання готелів, апартаментів	Booking Pilot Atlastour Onlinetickets Airbnb	https://www.booking.com/ https://hotels.pilot.ua/uk/ http://www.atlastour.ua/ua/hotel-online/ https://onlinetickets.world/err404 https://www.airbnb.ru	Америка, Європа, Азія, Австралія, Африка Інші послуги: оренда автомобілів, переліт, приватний трансфер, ж/д квитки, страхування
Бронювання авіаквитків	Onlinetickets IATI Avianews Ozipp	https://onlinetickets.world/ru/avia http://www.iati.com.ua https://www.avianews.com/ http://ozi.pp.ua/aviabileti/zamovlennya-bronyuvannya-aviakvytkiv-cherez-internet/	Європа, Азія, Австралія, Африка
Бронювання круїзних суден	Americanexp resstravel CruiseTips	https://www.americanexpresscruise.com/cruises/promos/amex/shopping/sale.jsp?cobrand=15558&webpagerecno=2511&extlink=us-tls-merch-hp-l6-cruisemarketplace-1018&intlink=us-travel-home-cruisespecialoffers http://www.cruisetips.ru/article/cruise-online-booking	США, Європа
Бронювання автобусних квитків	Busfor Ticketbus Bus Reis Blablacar	https://busfor.ua/uk http://ticket.bus.com.ua/?lang=ua http://bus.com.ua/ https://reis.ua/ https://www.blablacar.com.ua/	Україна, Європа, країни СНД
Бронювання турів	Onlinetickets BookFlightTickets	https://onlinetickets.world/ru/tours https://www.bookflighthttickets.biz/ua/bronyuvannya-online-bronyuvannya-turiv.html	Україна, Європа Інші послуги: бронювання авіаквитків
Бронювання столиків в ресторані	Reston Tripadvisor	RestOn.com.ua https://www.tripadvisor.ru/Restaurants	Україна, Росія, Америка, Європа

Ще один приклад – стартап з Лос-Анджелеса Goat. За останні півроку він залучив близько \$ 30 млн. венчурних інвестицій, а останній раунд обсягом \$ 25 млн був закритий в лютому [2]. Команда проекту розробила мобільний додаток, що дозволяє користувачам купувати колекційні кросівки. У компанії стверджують, що ретельно стежать за якістю товарів і не допускають до продажу підробки. Тобто є тенденція до розширення асортиментного ряду цієї бізнес-платформи.

Вузька спеціалізація допомагає маркетплейсам не тільки легше зрозуміти і залучити цільову аудиторію, але і створює добрий підґрунтя для майбутнього продажу компанії великому гравцеві ринку.

Зростання популярності голосового пошуку один з трендів розвитку інтернету на міжнародному ринку туристичних послуг. У Європі та США інтерес до голосового пошуку набагато вищий, ніж в Україні. В першу чергу це пов'язано з ростом продажів смарт-динаміків AmazonEcho і GoogleHome. Смарт-динаміки – це пристрої, які не тільки відтворюють звук, а й здатні вловлювати голосові команди. За допомогою такого пристрою з'являється можливість шукати необхідну інформацію прямо під час прослуховування музики. Відповідно оптимізація сайтів під голосовий пошук – це наступний крок розвитку SEO. За оцінками компанії Gartner, до 2020 року 85% взаємодій між брендом і потенційним клієнтом буде відбуватися за допомогою чат-ботів [3].

Перехід від традиційного пошуку в інтернеті до голосових команд відбувається поступово, у міру того, як боти освоюють усну людську мову. Сьогодні ця функція для бізнесу все ще недоступна через високу вартість. Очікується, що в Україні цей тренд стане популярним до кінця 2019 року.

Розвиток маркетплейсів є вагомим драйвером у глобальному середовищі і тому важливо у подальшому дослідити моделі монетизації та механізми їх взаємодії для розробки рекомендацій в стратегічному менеджменті компаній.

Список використаних джерел:

1. К 2020 году маркетплейсы займут 40% мирового онлайн-рынка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://igate.com.ua/news/8058-k-2020-godu-marketplejsy-zajmut-40-mirovogo-onlajn-rynka>
2. Marketplace стартапы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rau.ua/news/chto-takoe-marketplejsy>
3. Демяненко В. Пять трендов чат-ботов, которые перевернут продажи в 2019 году [Електронний ресурс] / В. Демяненко. – Режим доступу : <https://fakty.com.ua/ru/opinion/p-yat-trendiv-chat-botiv-yaki-perevernut-prodazhi-v-2019-rotsi>.

Озерова А. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційна діяльність будь-якого підприємства направлена перш за все на підвищення прибутковості та конкурентоздатності даного підприємства, яке досягається завдяки створенню та використанню створених нововведень. В ринковій економіці країни інноваційну діяльність на підприємства розглядають як вагомий чинник, за допомогою якого підприємство зберігає стійкість на ринку і отримує конкурентні переваги в тій або іншій діяльності. За характером та функціональністю виділяють такі групи нововведень [1]:

- технічні, до яких належать нові продукти, технології, сировина, обладнання;
- організаційні, що представлені як методи і форми для організації будь-якого виду діяльності підприємства;
- економічні – методи менеджменту, які досягаються через прогнозування, планування, фінансування, ціноутворення тощо;
- соціальні, до них належать рівень професійної підготовки персоналу, мотивація, належне забезпечення комфортних умов для життя і праці;
- юридичні – це закони та нормативно-правові акти, що дозволяють регулювати усі види діяльності підприємства.

Інноваційна стратегія підприємства полягає в одержанні переваг на ринку та збільшенні прибутку не тільки за рахунок маніпуляції цінами, а, перш за все, шляхом непереривного оновлення і розширення номенклатури та асортименту виробів, а також розвиток підприємства в інших напрямках діяльності.

Для покращення ефективності виробництва в середині країни держава повинна сприяти розвитку економіки шляхом підтримки основних напрямів інноваційної діяльності, розробки та впровадження інноваційних програм; а також забезпечувати функціонування інноваційних підприємств за рахунок фінансування відповідних проектів у цій сфері, встановлювати пільги на податки для підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, захищаючи їх права та інтереси.

Наша країна має високу частку галузей промисловості, де значну перевагу займає сфера з низьконаукоємким та матеріалоємким виробництвом. У більшості країнах світу значення показника ВВП, а тим паче його приріст завдяки тому,

що відбувається впровадження новітніх технологій становить майже дев'яносто відсотків. Якщо ж розглядати і аналізувати розвиток новітніх технологій і їх вплив на стан ВВП, то можна зазначити, що в Україні цей показник становить менше одного відсотка [2].

Перешкодами інноваційного розвитку в Україні на теперішньому етапі є:

- спостерігається недостатня кількість джерел фінансування та дуже високі ризики;
- в основному заходи носять короткотермінову окупність;
- майже відсутня науково-інноваційна організаційна структура;
- майже відсутні міжнародні науково-технічні програми та проекти;
- інвестиційне середовище в країні є непривабливим;
- відсутня законодавча база, яка повинна регулювати діяльність в сфері інновацій;
- майже відсутня державна підтримка для підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність;
- майже відсутня певної кількості професійних інноваторів, а також відсутня системи мотивації та стимулювання;
- постійний відплив наукових фахівців за кордон тощо.

Для того, щоб покращити інвестиційну діяльність в Україні необхідно створити інвестиційно привабливе середовище, зменшити податковий тиск на інноваційні підприємства та розвивати міжнародні науково-інноваційні зв'язки.

Таким чином, враховуючи вище сказати, можна зазначити, що рівень розвитку будь-якої країни має велику залежність від того, яким є рівень розвитку інноваційної діяльності, тому впровадження інновацій є важливим фактором успішної діяльності підприємства і країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Поняття і види інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/84363/ekonomika/innovatsiyna_diyalnist
2. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_kozik.htm

Оксень К. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВЕНЧУРНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Основною світовою тенденцією розвитку сучасного суспільства є перехід від парадигми сировинної та індустріальної економіки до парадигми інформаційної економіки, або економіки, заснованої на знаннях. Для даного типу економіки характерним є акцент на розвиток не власне знань, а на перетворення інформаційних технологій в основний чинник зростання ефективності виробництва. Тому сьогодні економіки провідних країн переходять на інноваційний тип розвитку [2].

Відповідно до міжнародного визначення інновацією вважається кінцевий результат інноваційної діяльності, який має бути новим чи вдосконаленим технологічним процесом або продуктом, що проваджений на ринку [2]. Комерційна реалізація знань і технологій – головне з того, що може забезпечити країні конкурентоспроможність, а отже, економічну міць, незалежність і добробут громадян. Однак активному розвитку інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва перешкоджає складність залучення фінансових ресурсів.

За оцінками Світового банку поточний стан інвестиційного клімату в Україні оцінюється як задовільний, а умови для ведення бізнесу недостатньо прозорі. Але за останні 5 років є стійка тенденція до покращення цієї ситуації. Так, у рейтингу простоти здійснення підприємницької діяльності Україна піднялася з 112 місця у 2014 р. на 71 у 2019 р. [4]. Крім того, в рамках зведеного бюджету України на здійснення наукових досліджень і розробок у 2017 р. витратили 4896,4 млн грн, це на 25% більше, аніж у 2016 р. [3].

Головною характеристикою будь-яких інвестицій є співвідношення ризику і прибутковості. У випадку з інноваційними інвестиціями рівень ризику досить високий. З прибутковістю також багато питань: потенційно прибуток від нових розробок може бути дуже високим, проте практично завжди на початковому етапі потрібні великі інвестиції, а віддача відбувається через значний час [1]. Нестабільність податкового законодавства, слабкий захист інтелектуальної власності, нерозвинена судова система, бюрократичні перепони не дають можливості підприємцям впевнено вкладати кошти в інноваційні проекти. Стартове фінансування є найбільш складним етапом у фінансуванні інноваційних проектів.

Більшість фінансових установ України взагалі не надає стартового фінансування. Стартовий же інноваційний бізнес знаходиться в максимально складному становищі, тому що крім стандартного набору ризиків він має додатковий комплекс ризиків, пов'язаних з інноваціями. Найпростішим рішенням на першому етапі може стати використання власних коштів засновників. Однак у більшості випадків цих коштів не вистачає на реалізацію проектів, тому доводиться шукати й інші джерела фінансування. А власні кошти необхідно інвестувати таким чином, щоб підвищити привабливість компанії для стороннього фінансування.

Для розробки та реалізації інноваційних проектів, підприємство може також отримувати фінансових ресурсів з наступних джерел [1]:

- державне фінансування (субвенції, гранти, пільгові кредитні ресурси);
- цільові інвестиції, стратегічне партнерство;
- венчурні інвестиції.

Найбільш ефективним інструментом фінансування, орієнтованим на малий бізнес з великим потенціалом зростання, є венчурне фінансування. Венчурний капітал надається професійними інвесторами, які на відміну від банківського кредитування, не вимагають надання застави чи інших гарантій, при досить значних шансах успішної реалізації інноваційного проекту. Однак, інвестор, покладаючи на себе високий проектний ризик, звичайно, очікує великих доходів.

Механізм венчурного інвестування передбачає купівлю пакету акцій компанії, що проваджує інноваційний проект. Зазвичай ці інвестиції є довгостроковими (в середньому на 5–10 років) [1]. На відміну від стратегічного інвестора венчурний капіталіст майже ніколи не планує заволодіти контрольним пакетом акцій такої компанії. Частка венчурного інвестора лише повинна дозволяти контролювати діяльність компанії через участь в раді директорів (з метою зниження ступеня фінансових ризиків). Зниження ступеня технічних, ринкових та інших ризиків досягається за рахунок участі венчурної (керуючої) компанії в процесі управління оперативними фінансовими потоками підприємства (через систему бюджетування). –

Принциповою особливістю венчурного інвестування є те, що венчурний фонд не вкладає в проекти власні кошти. Він є лише посередником між групою інвесторів і підприємством. Венчурний фонд приймає рішення про вибір того чи іншого об'єкта інвестування, бере участь в управлінні компанією. Присутній в раді директорів венчурний інвестор забезпечує керівництво компанії консультативною підтримкою. Фактично існують і певні домовленості, що дають інвестору право на заміну команди менеджерів. Остаточне рішення про вкладення коштів

приймає інвестиційний комітет, який представляє інтереси інвесторів. У кінцевому підсумку, одержуваний венчурним фондом прибуток належить інвесторам-учасникам фонду.

Відзначимо, що в умовах розвиненої ринкової економіки необхідна віддача на венчурні інвестиції повинна становити 30–60%. В Україні, звичайно, ситуація дещо інша: з урахуванням всіх існуючих ризиків норма віддачі повинна бути вище. Венчурні інвестори, вкладаючи кошти у ризикові проекти, хочуть отримати збільшення свого капіталу не менше ніж в 5–10 разів за період 5–7 років [2].

Венчурна схема фінансування сприяє виникненню нових життєздатних господарських одиниць, дозволяє за короткий період долучити до бізнесу і підприємництва значну кількість людей, що сприяє формуванню в країні так званого «середнього класу», який вважається основою економічної стабільності.

Венчурний капітал має велику перевагу перед іншими видами фінансування на початкових етапах розвитку компанії, оскільки разом з грошовими коштами підприємцю може бути надана організаційна, управлінська та інші види підтримки, особисті зв'язки інвестора, інформація про ринки аналогічних товарів. З розвитком компанії роль капіталу, що надається венчурним інвестором, знижується і на зміну венчурним інвестиціям приходять прямі [1].

Для сучасної України основними чинниками, що вповільнюють розвиток інноваційної діяльності, а отже, економічному зростанню країни, залишаються фінансові чинники – нестача і відносна недоступність фінансових ресурсів для інноваційних та/або венчурних проектів. Другою важливою проблемою фінансування інновацій в Україні є втрата зв'язків української промисловості з вітчизняною наукою. Навіть в умовах інвестиційного зростання істотного припливу приватних коштів підприємств в сферу наукових досліджень не спостерігається, а половина платоспроможного попиту на технології задовольняється за рахунок їх імпорту.

Список використаних джерел:

1. Арутюнов Ю. А. Активизации новых механизмов венчурного финансирования инновационных проектов в России / Ю. А. Арутюнов // Экономические исследования и разработки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edrj.ru/article/37-05-17>
2. Гвініашвілі Т. З. Increasing the efficiency of business entities' innovative activity on the basis of venture financing [Електронний ресурс] / Т. З. Гвініашвілі // Ефективна економіка. – 2017. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6639>
3. Колосінська М. І. Інноваційний рейтинг України: шляхи його покращення на основі європейського досвіду / М. І. Колосінська, Є. В. Шапка // Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2018. – Вип. 23. – С. 82–87.
4. Офіційний сайт Державної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Україна піднялася в рейтингу DoingBusiness [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukr.segodnya.ua/economics/business/na-etom-ne-ostanovimsya-ukraina-podnyalas-v-reytinge-doing-business-1184489.html>

К. е. н. Олійник Т. І., Кальмус Я. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КОМПОНЕНТНА СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ОЦІНКА

Стратегічний потенціал підприємства – це відповідність і достатність стратегічних можливостей в розробці і реалізації певної стратегії що зміцнює конкурентну позицію підприємства. В широкому сенсі «діяльність», підприємство орієнтується на потреби, які визначаються відповідністю і придатністю ресурсної складової та ключовими компетенціями щодо його існування і зростання. Основною компонентою стратегії тут виступають ресурси, які представляють собою активи (матеріальні і нематеріальні), а компетенції є надбудовою над ресурсами, що являють собою діяльність і процеси за допомогою яких підприємство використовує ці ресурси.

Стратегічні можливості підприємства умовно можна розділити на два основних види: порогові можливості і можливості для конкурентної переваги. Кожен з яких має свою характеристику: тип ресурсів і компетенцій. Так порогові можливості підприємства є об'єктом пильної уваги на початковому етапі управління, тобто ті мінімально необхідні умови щодо їх існування – існування підприємства на ринку і його конкурентоздатність у зовнішньому середовищі [1].

Проте найбільш цікавим теоретико-практичним змістом стратегічного менеджменту постає управління другим видом стратегічних можливостей підприємства – лідерство підприємства будь-якої сфери у своїй галузі. Важливим тут є той факт, що набуття таких можливостей далеко не завжди присутній для підприємства у порівнянні з першим видом стратегічних його можливостей. Це пояснюється існуванням самого підприємства і відповідної наявності у нього ресурсної бази.

Другий вид стратегічних можливостей підприємства передбачає наявність унікальних ресурсів та ключової його компетенції. Під унікальністю ресурсів підприємства необхідно розуміти такі ресурси, які поодинокі, або рідкісні на ринку в даній конкретній області де відбувається конкуренція. Унікальністю виступає не властивість самих ресурсів, а саме якість і характеристика самих

ресурсів, які є у даного підприємства. Можливо, ресурс не являється рідкісним або унікальним сам по собі, але тільки певне підприємство їм володіє в даний час, і його контрагентам неможливого його отримати.

Другим важливим показником в процесі управління є виявлення можливостей для конкурентної переваги – це ключова компетенція, що втілює в собі діяльність і процеси, за допомогою яких підприємство використовує ресурси для досягнення конкурентної переваги, причому контрагентам підприємства стає неможливим копіювання або отримання аналогічної діяльності, точно так же, як і унікальність його ресурсів.

Такий підхід про неперевершеність ресурсної складової і компетенцій у формуванні стратегічного потенціалу, ґрунтується на широко поширеній теорії стратегічного управління щодо ресурсного погляду на стратегію, де окреслюються певні напрями стратегічного розвитку підприємства за наявністю і якістю ресурсів: матеріальних, нематеріальних і людських.

Наявність і якість ресурсів, і компетенцій, істотно визначає індивідуальність форм можливих напрямів стратегії розвитку підприємства. Проте не всі ресурси і компетенції підприємства володіють рівнозначною стратегічною цінністю. На це вказує відбір ресурсної складової які закладаються в основоположний вибір стратегії підприємства, та які будуть джерелом його стійкої конкурентної переваги, що вимагає ретельно проведеного поведінкового аналізу конкурентів. А так як ресурси формують стратегію підприємства тільки тоді, коли починають виробляти особливі продукти або послуги, то звичайно підприємство володіє необхідними характеристиками (ціна і якість) як пріоритет, що відрізняє його продукцію від продукції конкурентів.

В даному випадку компетенції підприємства становлять частину його стратегії в разі коли вони стратегічно доречні, а саме: коли їх застосування дозволяє ефективно скористатися можливостями зовнішнього оточення підприємства. Але в разі швидко мінливого оточення, підприємство не може тривалий період використовувати стандартний набір компетенцій на постійній основі, так як вимоги часу потребують нових компетенцій. Внаслідок чого формується вміння розпізнавати наявні і визначати відсутні елементи компетенцій, які є цінними якісними показниками підприємства.

Незважаючи на доступність і універсальність методики визначення стратегічного потенціалу, більшість підприємств наражаються на проблему в частині його пошуку і виявлення, особливо це пов'язано з визначенням власних ресурсів і компетенцій другого рівня, або роботу над їх створенням. Безсумнівно, ця

практика зажадає від менеджменту значного мистецтва і грамотного підходу до стратегічного планування і управління.

В даному випадку необхідно оцінити стратегічний потенціал підприємства, де оцінка виступить критерієм стратегічних альтернатив. В основі проведення якої є загальновідомі способи і прийоми у вигляді *PIMS*-аналізу, *PEST*-аналізу, *SWOT*-аналізу, *SPACE*-аналізу та ін. Однак важливість даної процедури не передбачає єдиного методу у визначенні алгоритму такої оцінки. Так теорія пропонує досить широкий набір інструментів для оцінки, практика ж свідчить, що такий набір визначається минулим досвідом стратегічних планувальників, їх кваліфікацією, інтуїцією і досвідом керівників і власників підприємства.

Таким чином, зазначена сукупність показників характеризує загальні аспекти розвитку підприємств, тобто відображає компоненти комплексного стратегічного його потенціалу. Це надається змога у виявленні стратегічних можливостей підприємства на основі управлінських компетенцій та визначення їх якісної оцінки.

Список використаних джерел:

1. Оксенюк К. І. Економічний зміст стратегічного потенціалу регіону [Електронний ресурс] / К. І. Оксенюк. – Режим доступу : <http://archive.nbuiv.gov.ua>

К. е. н. Олійник Т. І., Сомов В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ОН-ЛАЙН РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Зараз нематеріальні ресурси, які підприємства мають у своїх активах, набувають все більш важливішого значення. Щоб створити гарну репутацію компанії, необхідні інноваційні маркетингові та технологічні ідеї, які потрібно поєднувати із кваліфікованим персоналом, якісним виробництвом та ефективною системою управління.

Багато підприємств в Україні лише освоюють для себе засоби просування своєї компанії в мережі Інтернет, зовсім не приділяючи уваги тому, що необхідно створити та підтримувати свою репутацію у ній. Саме з цієї причини, я вважаю, що дана тема дуже актуальна у наш час. На побудову он-лайн репутації у Інтернеті підприємства витрачають все більше коштів, що робить дану тему необхідною до вивчення.

Розробкою даного питання займалися такі вчені як Міцура О. О., Пилипенко Г. С., Ткачова Н. П., Хижняк М. О.

Вітчизняні підприємницькі структури інтегруються в світовий торговий простір, що створює умови для розширення маркетингових можливостей компаній. В наш час стрімко розвиваються інтернет-технології, між цільовими ринками стираються територіальні кордони, що дає підприємству змогу шукати в Інтернеті нових клієнтів, постачальників, посередників, партнерів.

Для того, щоб створити бездоганний імідж, потрібно вкладення великих коштів та осмислений підхід. Наявність сайту у мережі не впливає на його формування. Про компанію починають говорити та писати в Інтернеті, якщо вона надає послуги, реалізує товар або розвиває бренд, отже ми можемо говорити про її он-лайн репутацію. Для формування позитивної репутації необхідно отримати симпатію реального клієнта. Досягти цього можна за допомогою відкритого діалогу з користувачами. В Інтернет-магазині покупець не має можливості «тримати у руках» своє замовлення, тому у більшості випадків намагається знайти відгуки про товар [2].

Кожному керівнику потрібно усвідомлювати, що створити та утримати позитивне враження від компанії дуже складно та потрібне постійне втручання у цей процес. Робити це можна різними шляхами: піклуватися про якість товару, робити ставку на висококваліфікований персонал, приділяти більше уваги клієнтам [4].

У практиці управління репутацією з'являється поняття ORM (on-line reputation management). ORM – це система заходів, що передбачає використання різноманітних методик та сервісів створення та підтримання стійкого позитивного враження в цільові аудиторії від компанії та її діяльності за допомогою мережі Інтернет, і як результат, підвищення лояльності контактних груп до підприємства [3, с. 31].

Швидке поширення інформації, найрізноманітніша аудиторія, відсутність територіальних кордонів, широта видів розповсюдження інформації, малі затрати часу на збір, аналіз та обробку даних, цілодобовий доступ до інформації – усе це переваги створення репутації та просування компанії на просторах мережі Інтернет.

Онлайн-активність цільових груп збільшується, що стає причиною зсуву позиціонування компаній у бік відносно дешевих та доступних мережеских майданчиків. Отже, саме для створення та управління репутацією компанії сьогодні починають активно застосовувати Інтернет, адже це: доступно (порівняно низька вартість); зручно (постійний вплив на споживачів); легко (багато компаній, що

виконують роботу); ефективно (велика кількість засобів впливу, яка лише зростає) [1, с. 123].

Із виникненням соціальних мереж, форумів та багатьох інших форм онлайн-спілкування та обміну інформацією маркетингове управління онлайн-репутацією підприємств отримало особливого розвитку.

Щоб досягти стійкого і тривалого успіху, сформувати конкурентоспроможну компанію на внутрішньому та зовнішньому ринках, необхідно мати високий рівень онлайн-репутації.

Перспективними напрямками подальших досліджень є побудова ефективного механізму управління онлайн-репутацією підприємств для вітчизняних компаній з урахуванням зарубіжного досвіду, дослідження основних проблем формування позитивної репутації підприємницьких структур, вивчення характеру інформаційних потоків, які впливають на управління онлайн-репутацією підприємства.

Список використаних джерел:

1. Міцура О. О. Управління онлайн-репутацією: теоретичні засади та методичні підходи / О. О. Міцура, М. О. Хижняк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 121–129.
2. Болтнев И. Отзывы покупателей: почему они нужны в интернет- магазинах и как их использовать / И.Болтнев // Матеріали конференції КИБ+РИФ, 2012. – С. 35–38.
3. Ткачова Н. П. Особливості ефективного управління репутацією компанії в мережі Інтернет / Н. П. Ткачова, Г. С. Пилипенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 67. – С. 29–35.
4. Чирва О. А. Змістовна характеристика ділової репутації підприємства в системі понять менеджменту [Електронний ресурс] / О. А. Чирва. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2011_4/Chirva.pdf
5. Тімар І. В. Концептуальні підходи до формування іміджу підприємств сфери послуг / І. В. Тімар // Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2016. – С. 318–328.

К. э. н. Олейник Т. И., Усманов Б.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Сегодня практически все предприятия Украины находится в сложной экономической ситуации. Это связано с планомерным развалом экономики в пост-советский период, с политическими событиями последних лет, с отсутствием

ефективного управління страной в целом и поддержки предприятий со стороны государства, в частности. Среда в которой приходится вести хозяйственную деятельность предприятиям практически не поддается прогнозированию. Кроме того, со стороны сильных иностранных предприятий, являющихся игроками не только на мировой арене, но и на украинском рынке, чувствуется мощное конкурентное давление.

В таких условиях особую важность приобретает выживание предприятия путем обеспечения и поддержания на достаточном уровне его экономической безопасности. Одним из приоритетных направлений обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов является управление их технико-технологическим развитием.

Поскольку проблема обеспечения технико-технологического развития как одно из необходимых условий выживания в нестабильной экономической среде является на данном этапе развития национальной экономики крайне актуальной, то, соответственно, ей уделяется повышенное внимание со стороны ученых. Существует множество научных работ, в которых авторы освещают сущность понятий технико-технологической базы (ТТБ) и технико-технологического развития (ТТР) предприятия. Это работы Андрушків Б. М., Валинкевич Н. В., Шляги О. В [3]. Также много работ посвящены вопросам управления ТТР национальных предприятий. И в данной области следует отметить работы таких ученых, как Александрова В. П., Бажал Ю., Львов Д. С., Федулова Л. И., Ефименко Н. А. и многими другими тщательно исследовались аспекты технологического обновления, а также инвестиционной активности в области обеспечения технического обновления производства.

Несмотря на то, что учеными уже сформированы научные подходы, разработан теоретико-методологический аппарат и предложены методические подходы в рамках темы исследования, необходимо все же отметить, что нестабильность политической и экономической ситуации в Украине постоянно выдвигает новые требования к управлению различными бизнес-процессами на предприятиях. В этой связи некоторые аспекты управления технико-технологическим развитием отечественных предприятий требуют дальнейшего изучения, систематизации и приведения в соответствие требованиям современности.

Если говорить конкретно о логистических предприятиях, то их развитие напрямую связано с оптимизацией работы транспортной службы, которая заключается в укомплектованности транспортных средств водителями-профессионалами, в полной эксплуатационной готовности автотранспортных средств, что

позволит коллективу слажено работать, предотвращая сбои и проблемы. Однако, экономическая эффективность функционирования данных предприятий не возможна без правильного планирования схем движения маршрутов. Зачастую отсутствие у предприятия информационной системы, обеспечивающей оптимизацию затрат на перевозки, оптимизацию схем движения и т.д. приводит к перерасходу средств и часто ставит под угрозу существование самого предприятия. Поэтому, мы считаем, что технико-технологическое развитие транспортно-логистических предприятий должно, в первую очередь, основываться на внедрении в бизнес-процессы современных информационных систем.

На сегодняшний день производители программного обеспечения для управления транспортом предлагают множество решений с самыми разными функциональными возможностями. Среди общей массы решений можно выделить несколько основных типов [1]: системы планирования маршрутов внутригородской доставки; программно-аппаратные системы gps/gprs – мониторинга состояния и местоположения транспорта; системы оптимизации загрузки кузова; системы анализа всего транспортного парка и учета затрат на его эксплуатацию; системы планирования международных, мультимодальных транспортных перевозок.

Использование разнообразных программных продуктов в рамках одного предприятия конечно же не является рациональным, т.к. затраты на их приобретение не покроются полученными результатами. Однако эту проблему можно решить путем приобретения комплексных информационных систем класса TMS (Transport Management System), которые объединяют довольно широкий спектр функциональных решений в области транспортной логистики, представляя собой многофункциональный инструмент.

Подытожив вышеизложенный материал, можно сделать вывод о том, что технико-технологическое развитие логистических предприятий напрямую связано с внедрением в их деятельность новых информационных технологий с использованием программных продуктов класса TMS (Transport Management System).

Список использованных источников:

1. Барилевич А. П. Концепция международных перевозок грузов / А. П. Барилевич, А. И. Воркут. – К. : Знання, 2005.
2. Євдокимов Ф. І. Оцінка техніко-технологічного потенціалу високотехнологічного підприємства [Електронний ресурс] / Ф. І. Євдокимов, В. П. Лісяков. – Режим доступу: http://dSPACE.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/4229/st_29_3.pdf
3. Шляга О. В. Управління оновленням техніко-технологічної бази промислового підприємства / О. В. Шляга, Б. В. Масилук // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2014. – Вип. 8 (3). – С. 55–60.

4. Махінко А. А. Опір інноваційним змінам в системі управління підприємством / А. А. Махінко, І. В. Тімар // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 2. Проблеми та перспективи економічного та соціального розвитку суб'єктів підприємництва. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 31–33.

К. е. н. Олійник Т. І., Шевцов Б. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному ринку існує багато нових товарів та брендів. Дуже важливу та велику роль в цьому відіграло вдосконалення маркетингових процесів, та розширюванню інструментарію маркетингу. Маркетингові відділи витрачали великі кошти та зробили значні зусилля на розробку та вдосконалення нових товарів та введення їх на ринок, а також на позиціонування, сегментування та інформування кінцевих споживачів. Проте з приходом економічної кризи, підприємства змушені економити ресурси, та витрачаючи незначні кошти на маркетингові дослідження намагаються отримати максимальний результат. Деякі явища стратегічного розвитку маркетингових відділів втрачають свою актуальність та ефективність у формуванні переваг над конкурентом. Тому виникає необхідність перегляду маркетингу та введення нового підходу до формування позиції на ринку, яка також повинна ґрунтуватись на інноваційних ідеях.

Маркетинг сьогодення складніший як ніколи, через появу низки проблем, але це не означає, що раніше їх не було, просто зараз вони складніші. Сьогодні проблеми виникають по більшій мірі через насичення ринку новими товарами та послугами, та в боротьбі з надмірною фрагментацією. Проблеми сучасних маркетологів пов'язані зі збільшенням кількості брендів. Це перешкоджає появі нових, тому інноваційні підходи допомагають перемогти сильніші бренди і зайняти своє місце на ринку та знайти свого споживача. Швидкість появи та технології нових брендів зростає, а час життя нових товарів зменшується. Розвиток технологій сприяє появі нових продуктів, товарів та інновацій, та нових видів ведення бізнесу. Зростає вартість інформування про новий товар, а сегменти ринку стають меншими. Для збільшення аудиторії долучається все більше ЗМІ, і як наслідок зростає вартість товару на виході на ринок. Підприємства змушені створювати цілі системи заохочування та вигоди для споживачів. Споживач в свою чергу став більш перебірливим, і все більше ігнорує комерційні комунікації.

Тому застосовують маркетингові інновації для заохочування потреб споживачів. Інновації – це основа конкурентних стратегій, і щоб вижити на ринку, підприємствам треба усвідомити роль інноваційного процесу і маркетингу в ньому.

За змістом та характером інновації діляться на:

- продуктові (інновації в продукції);
- технологічні (інновації методів виробництва);
- нетехнологічні (інновації в організаційному та фінансово-економічному відділах) [1].

Більшість вітчизняних спеціалістів працюють над продуктовими та технологічними аспектами, та не досліджують нетехнологічні процеси (форми управління компанією, методи впливу на споживача, навчання працівників та інше). Винятком є компанії які працюють за франшизою або ті які існують на кошти закордонних інвестицій, а українські підприємства не використовують інноваційні інструменти в сфері маркетингу.

Інноваційний маркетинг полягає у комунікації зі споживачем та учасниками процесу реалізації. Тому єдиний спосіб утримати споживача – це індивідуалізація відносини з ним, а можливо це на основі розвитку довгострокового партнерства. Основна перешкода для інноваційних змін в маркетингу є недостатнє фінансування підприємств. Інша істотна перешкода – це неготовність працівників до таких змін. Також має значення вік колективу в компанії. А ще однією перешкодою є недостатній рівень кваліфікації працівників підприємства.

Деяка частина фірм вважає істотною перешкодою для інноваційних процесів недостатнє інформування про потреби споживача та розмір ринку. Існує ще декілька питань, які перешкоджають процесам впровадження нових технологій:

- недостатньо розвинуте законодавство в питанні інноваційної діяльності;
- відсутність ефективних методів впровадження інновацій в господарстві;
- недостатня кількість спеціалістів для впровадження та розвитку нових продуктів на ринку [2].

Ці фактори є основною причиною пасивності підприємств в питанні інноваційних методів та заходів. Та основним фактором є не стільки обмежене фінансування компаній, а відсутність кваліфікованих спеціалістів менеджменту та маркетингу на об'єкті господарювання.

Таким чином, розглядаючи маркетинговий та інноваційний менеджмент, можна виділити зовнішні та внутрішні умови для взаємодії двох типів управління. Введення діяльності інноваційного маркетингу може сприяти пошуку нових

ідей та інтеграції нових механізмів, та створить добрі умови для якісного процесу комерціалізації інновацій.

Список використаних джерел:

1. Руделіус В. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; ред.-упор.: О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 3-тє вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 532 с.
2. Котлер Ф. Латеральний маркетинг: технология поиска революционных идей / Ф. Котлер, Фернандо Триас де Бес; пер. с англ. – М.: Альпина паблишерз, 2010. – 345 с.
3. Гринько Т. В. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства / Т. В. Гринько, О. С. Максимчук // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Біла К.О., 2017. – С. 247–271.
4. Тімар І. В. Маркетингова комунікаційна діяльність в мережі Інтернет/ І. В. Тімар, Р. А. Мирошник // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 95–97.

К. е. н. Олійник Т. І., Юрасова Д. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**АНАЛІЗ ПАРАМЕТРІВ ТРАДИЦІЙНОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ
ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА**

Сучасні вимоги конкурентного середовища потребують від виробничих підприємств оптимізації витрат, пов'язаних зі створенням та накопиченням запасів, зокрема синхронізації процесів доставки матеріальних ресурсів і готової продукції в необхідних кількостях тоді, коли їх потребують відповідні ланки виробничої системи та дистрибуційної. Акцентування на рівні підприємств лише на стратегії збуту без аналізу та формування обґрунтованої ресурсної стратегії призводить до дисбалансу діяльності виробничого підприємства.

Ефективність функціонування логістичної діяльності на підприємстві залежить від розвитку логістичної інфраструктури, завдяки якій виконуються всі необхідні логістичні процеси та операції з матеріальними потоками [2].

Різні аспекти логістики як важеля підвищення конкурентоспроможності підприємств досліджували вчені України Амоша О. І., Войчак А. В., Гаркавенко С. С., Герасимчук В. Г., Долішній М. І., Заруба В. Я., Злупко С. М., Кальченко А. Г., Кардаш В. Я., Кредисов А. І., Крикавський Є. В., Кузьмін О. Є., Мова В. В., Орлов П. А., Павленко А. Ф.

Логістична діяльність як інтегроване управління потоками на промисловому підприємстві охоплює всі його функціональні підрозділи і напрями – постачання, виробництво, маркетинг, збут, фінанси, інфраструктура. Тому важливим моментом дослідження сутності логістичної діяльності є розгляд її складових – функціональних напрямів, серед яких виділяють постачання, організацію виробництва, збут, складування, транспортування, управління запасами. Об'єктом логістичної діяльності підприємства виступає сукупність матеріальних, фінансових, інформаційних та сервісних потоків [1].

Згідно з традиційним підходом, організація виробничої діяльності на підприємстві здійснюється на рівні окремих стадій виробництва й часткових процесів. Логістична концепція організації виробництва спрямована на інтегроване управління виробництвом та дозволяє перейти від організації виробничих процесів до організації матеріальних потоків [2].

Основними положеннями логістичної концепції організації виробництва є:

а) відмова від: надлишкових запасів, завищеного часу на виконання основних транспортно-складських операцій, виготовлення продукції на яку немає замовлення покупців;

б) усунення простоїв основного обладнання, браку, нераціональних внутрішньозаводських перевезень;

в) перетворення постачальників в партнерів.

Стосовно виробництва виділяють зовнішні матеріальні потоки, що циркулюють у сфері обігу (постачання та збуту), і внутрішні – безпосередньо на підприємстві, тобто у сфері виробництва. Початковою точкою зовнішнього матеріального потоку є склад готової продукції підприємства – виробника, а кінцевою – склад виробничих запасів підприємства – споживача. Початковою точкою внутрішнього матеріального потоку є склад виробничих запасів підприємства – виробника, а кінцевою – його склад готової продукції [4].

Управління матеріальними й супутніми їм інформаційними та фінансовими потоками на шляху від складу матеріальних ресурсів до складу готової продукції всередині підприємства називається виробничою логістикою.

Виробнича логістика передбачає комплексне планування та керування матеріальним потоком у процесах виготовлення, внутрішньовиробничого транспортування і складування та відповідним інформаційним потоком [3].

Мета виробничої логістики – оптимізація матеріальних потоків усередині підприємств, які створюють матеріальні блага або надають матеріальні послуги. Вона полягає в точній синхронізації процесу виробництва й логістичних операцій

у взаємозалежних підрозділах, що його забезпечують. Учасників логістичного процесу в межах виробничої логістики пов'язують не товарно-грошові, а внутрішньовиробничі відносини.

Особливий погляд на процес виробництва стосовно інших видів виробничо-господарської діяльності визначає особливість виробничої логістики як єдиної сфери, у якій матеріальний потік, поступово трансформуючись, виражається в трьох матеріальних формах. На етапі входу в підсистему – у вигляді сировини, матеріалів та комплектуючих, на стадії виходу з підсистеми виробничої логістики в підсистему розподільної логістики – у виді готової продукції, а протягом самого процесу виробництва – у виді напівфабрикатів.

Список використаних джерел:

1. Величко О. П. Логістика в системі менеджменту підприємств виробничого сектору економіки: монографія / О. П. Величко. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2016. – 525 с.
2. Григорак М. Ю. Аналіз бізнес-моделей та стратегій інноваційного розвитку постачальників логістичних послуг / М. Ю. Григорак // Технологический аудит и резервы производства. – 2017. – № 2/5(28). – С. 29–38.
3. Даниленко А. С. Логістика: теорія і практика: навч. посіб. / А. С. Даниленко, О. М. Марченко, О. В. Шубравська та ін. – К.: Хай-Тек Прес, 2010. – 408 с.
4. Чухрай Н. І. Логістичне обслуговування: підручник / Н. І. Чухрай – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 292 с.

К. е. н. Павліщій Даріуш*, д. е. н. Турило А. М.**

**Економічний університет Вроцлава (Польща),*

***Криворізький національний університет (Україна)*

**РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

В умовах трансформації, глобалізації і стрімкого розвитку світової економіки на підприємствах різних галузей господарювання все більше зростає значення величини інтелектуального капіталу і умов його використання.

В закордонній і вітчизняній економічній літературі мають місце певні наробки в дослідженні питань пов'язаних з інтелектуальним капіталом. Вони достатньо ґрунтовно розкривають окремі базові аспекти, наприклад: 1) визначення категорій «людські ресурси», «людський капітал», «інтелектуальний капітал»; 2) структуру і сутність складових інтелектуального капіталу підприємства; 3) чинники, що впливають на величину інтелектуального капіталу; 4) потенціал інтелектуального капіталу підприємства, тощо.

Разом з тим, паралельно зростає і роль маркетингової діяльності. Зміст маркетингової діяльності на підприємстві під впливом сукупності різних чинників змінює в певній мірі свою структуру і напрям дії.

Дуже новим і складним напрямом маркетингової діяльності на підприємствах є формування і розвиток інтелектуального капіталу. Саме даний напрям діяльності підприємства є одним із самих актуальних, навчальних і важливих.

В нашій роботі ми розглянули ряд важливих напрямів реалізації інтелектуального капіталу на підприємстві; особливості впливу маркетингової діяльності на величину і структуру інтелектуального капіталу підприємства.

Маркетингова діяльність направлена на розвиток інтелектуального капіталу по таким сферам з відповідною метою:

- 1) підвищити якість, структуру та ефективність персоналу підприємства;
- 2) забезпечити притік інновацій та процес інноватизації виробництва;
- 3) створити умови для поточного і перспективного оновлення виробництва;
- 4) сформувати новий фундамент в системі організації виробництва, організації праці та управління всією виробничо-господарською діяльністю підприємства;
- 5) розробити економічний механізм раціонального використання основних економічних ресурсів підприємства;
- 6) створити необхідні умови для формування високих соціальних стандартів на підприємстві;
- 7) розробити стратегію конкурентного розвитку підприємства і фінансово-економічної безпеки.

Маркетингова діяльність у зазначених вище сферах функціонування підприємства дозволяє системно підійти до:

- 1) аналізу формування і стану інтелектуального капіталу на підприємстві;
- 2) виявлення основних напрямків реалізації можливостей розвитку інтелектуального капіталу підприємства;
- 3) розробки стратегії діяльності персоналу підприємства;
- 4) визначення конкурентних переваг в системі управління підприємства;
- 5) розкриття взаємозалежностей між інноваціями, процесом інноватизації і рівнем інтелектуального капіталу підприємства;
- 6) розробити обґрунтовану структуру інтелектуального капіталу на підприємстві;
- 7) постійного моніторингу прогресивних змін в питаннях інтелектуального капіталу в зовнішньому середовищі;
- 8) тощо.

Грунтовний маркетинг в сфері інтелектуального капіталу є важливим інструментом забезпечення фінансово-економічної безпеки і стабільності діяльності підприємства.

Кожне підприємство має свої засоби і механізми управління і регулювання процесу формування та реалізації потенціалу інтелектуального капіталу на підприємстві. Ми вважаємо, що такий процес повинен відбуватися у єдності наступних складових розвитку підприємства: аналіз, можливості фінансування, ринок праці, якість персоналу підприємства, інтелектуальний капітал підприємства в стратегії розвитку підприємства, роль інтелектуального капіталу підприємства в кінцевих результатах діяльності підприємства та рівні фінансово-економічної його безпеки.

Дослідження такого комплексу питань дозволить більш ґрунтовно здійснювати на підприємстві політику управління інтелектуальним капіталом.

Попова О. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Стратегічним потенціалом підприємства можна назвати усі можливі ресурси, що знаходяться у розпорядженні підприємства та використовуються для досягнення цілей та виконання стратегічних завдань. Зміцнення конкурентної позиції на ринку та підвищення ефективності функціонування підрозділів – є основною сферою застосування стратегічного потенціалу.

Для забезпечення довготривалого існування та стабільного функціонування будь-якому підприємству необхідна система, яка буде відповідати за раціональне користування ресурсами та буде являти собою механізм з прийняття перспективних рішень.

Головними елементами стратегічного потенціалу є наступні фактори:

- Проведення макроекономічного аналізу ситуації регіону або країни.
- Стійкість підприємства до чинників зовнішнього середовища, за рахунок створення та використання захисних стратегій.
- Раціональне використання інвестицій.
- Аналіз кон'юнктури ринку для створення стратегій взаємодії з іншими ринками для підвищення прибутку.

Підприємству для перспективного функціонування необхідно навчитись будувати довгостроковий план поведінки, певний сценарій розвитку та діяльності, що спрямований на майбутнє. Отже, забезпечення довготривалого плану вимагає провести оцінку можливостей підприємства та оцінити можливі альтернативні варіанти розвитку подальших подій та визначення серед них відповідних.

Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства відбувається у 4 кроки:

1. Зіставлення системи показників, які характеризують внутрішні перспективи розвитку у нестійкому економічному становищі країни.
2. Оцінювання стратегічних можливостей підприємства.
3. Визначення ролі окремих елементів стратегічного планування для функціонування підприємства в цілому.
4. Підсумовування усіх оцінок для визначення внутрішнього потенціалу підприємства.

За словами Р. В. Фещура, який стверджує «Стратегічний потенціал – це потенціал, сформований відповідно до цілей підприємства, що відображає його можливості передбачити зміни у зовнішньому середовищі та готовність гнучко реагувати на ці зміни», можна сказати, що для створення перспективного стратегічного потенціалу в умовах хиткого становища країни необхідно більш чинної уваги приділяти факторам державного характеру, які відповідають за створення системи нормативних актів; людському чиннику, який включає у себе суспільні цінності, інтереси та різноманітні потреби; позиції підприємства між виробництвами – конкурентами; факторам мінливого економічного стану країни [3].

Наступним чином, провівши аналіз факторів, підприємство має змогу скомплектувати перелік можливих загроз, які можуть виявити вплив на діяльність підприємства.

Оцінка та аналіз стратегічного потенціалу дає змогу зрозуміти чи достатніми ресурсами та силами володіє підприємство аби мати змогу функціонувати у майбутньому та займати гідне місце серед конкурентів. Потенціал підприємства оцінюється за допомогою аналізу макро- та мікросередовища виробництва, конкурентоспроможності та аналізу життєвого циклу підприємства. За допомогою цих підходів відбувається оцінка об'єктивних параметрів стратегічного потенціалу та їх реальні можливості [4].

Таблиця 1. Методи оцінки стратегічного потенціалу підприємства

Підхід	Метод	Характерні ознаки
Конкурентоспроможність підприємства	«5 сил» Портера	Пошук можливостей та загроз для функціонування підприємства: конкуренти, компанії котрі пропонують товари – субститути, думка споживачів
	BCG (Boston Consulting Group)	Потенціал характеризується позицією на ринку, який визначається показниками частки продаж та темпу росту
Макро-/мікросередовище	PEST	Оцінка впливу факторів на зовнішнє середовище та результатів діяльності виробництва; проводиться за 4ма шляхами: Р – політичний, Е – економічний, S – соціальний, Т – технічний
	SWOT	Виявлення сильних та слабких сторін, оцінювання фактичного стану підприємства; допомагає визначити можливі шляхи покращення, за допомогою комбінації наявних ресурсів та зовнішнього середовища
Життєвий цикл	ADL (Артур Д.Литл)	Проводиться оцінка статусу підприємства серед існуючих конкурентів та в залежності від стадії ЖЦ

Стратегічне управління суб'єктів підприємництва фокусується на визначенні конкретних позицій на ринку, техніко – економічних показників, переваг та недоліків підприємства. Від результатів стратегічного аналізу залежить, те чи раціонально була застосована стратегія та які зміни вона принесла. В залежності від типу діяльності суб'єкта та економічних відносин в країні доцільно використовувати той чи інший підхід до оцінки стратегічного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Клейнер Г. Б. Предприятия в нестабильнойэкономическойсреде: риски, стратегия, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. – М.: Экономика, 1997. – 425 с.
2. Сущенко О. А. Формування стратегічного потенціалу підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. А. Сущенко. – Луганськ, 2002. – 20 с.
3. Фещур Р. В. Оцінювання і управління потенціалом машинобудівних підприємств / Р. В. Фещур, О. Б. Бортновська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – № 606. – С. 113–118.
4. Блонська В. І. Вдосконалення методики аналізу стратегічного потенціалу підприємства / В. І. Блонська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип.20.1. – С. 171–175.
5. Гринько Т. В. Роль інноваційного потенціалу підприємств у забезпеченні їхньої інноваційної активності / Т. В. Гринько, С. О. Єфімова // Управління розвитком підприємства в інтеграційних умовах: Колективна монографія / за заг. ред. Т.В. Гринько. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. – С. 199–217.

Д. е. н. Сардак С. Е., Калиста А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

У ХХІ сторіччі інновації постають обов'язковою функцією управління та розвитку будь-якого підприємства. В готельній індустрії, яка є привабливою та детермінованою за попитом, інноваційна діяльність також відіграє визначальну роль, що і потребує здійснення наукових досліджень.

Інновації за змістом розглядають з одного боку у межах теоретичних розробок вчених, а з іншого, у межах формулювань нормативних та підзаконних активів. Теоретичні розробки стосовно інноваційної активності підприємств здійснюються у межах сфери обслуговування та менеджменту. Щодо законодавчої бази, то в кожній країні існують формалізовані ознаки інноваційної діяльності відображені у нормативно-правових актах. Наприклад, в Україні ознаки інновації та інноваційної діяльності висвітлено насамперед в Конституції України, Господарському кодексі, Цивільному кодексі, Законах України (насамперед, у Законах «Про інноваційну діяльність», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків», «Про спеціальну економічну зону «Яворів»», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні»).

Характер інновацій в готельній індустрії залежить від багатьох факторів: на особистісному рівні (якість підготовки працівників, освіта, компетенції, стан здоров'я, задоволеність працею тощо), на макрорівні (економічні можливості підприємства, компетентність вищого керівництва, система мотивування праці, якість виробництва та послуг), на мезорівні (вплив місцевих громад, динаміка розвитку регіону, стан розвитку інфраструктури тощо), на макрорівні (рівень економічного розвитку країни, політична стабільність, рівень поточних цін, курс валют, інфляційні процеси тощо), на глобальному рівні (клімат, погодні умови, міжнародні події, вплив міжнародних організацій тощо).

Вирішальними факторами, які обумовлюють рівень інноваційної активності і її характер – є розподіл підприємств готельної індустрії за різними рейтингами, у тому числі: система зірок, система корон, система класів, система літер. Так підприємства які займають вищий рейтинг в класифікації за якістю надаваних послуг завжди більш інноваційно-активні.

Наприклад, серед лідерів у сфері інноваційної активності ідентифікують наступні тенденції: у сфері обслуговування (застосування QR-кодів і електронного

меню, аудіо-візуальні дисплеї, креативна подача страв, оригінальні концепції закладу, акцент на еко-продукцію), у виробничій сфері (оснащення новітніми енерго-заощаджувальними технологіями, використання енергії сонця і вітру, застосування новітніми пристроями обслуговування), у сфері маркетингу (електронна торгівля, зміна в формах пропозиції готельного продукту, вихід на нові ринки), у сфері управління персоналом (поліпшення системи відбору, підготовки та розвитку кадрів, стимулювання креативних ідей, звільнення менеджерів від рутинних функцій, продуктивне використання майстерності та здібностей людей), у сфері постачання (використання адаптивних і гнучких логістичних систем ланцюгів, глибоке дослідження ринку та застосування підходів і методів проектного менеджменту).

Відповідно аналізуючи стан інноваційної активності підприємств готельної індустрії можна зазначити, що їх рівень визначається суб'єктивними аспектами, науковою активністю працівників, їх освіченістю, зацікавленістю, а також об'єктивними чинниками (природні явища, форс мажорні обставини, глобальні тенденції, вплив глобальних акторів).

Список використаних джерел:

1. Сардак С. Э. Глобальные факторы и перспективы развития отельно-ресторанного бизнеса / С. Э. Сардак, М. Нарпо Тума // Инфраструктура рынка. – 2017. – № 13. – Режим доступа: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/6.pdf
2. Sardak S. Global innovations in tourism / S. Sardak, V. Dzhyndzhoian, A. Samoilenko // Innovative Marketing. – 2016. – № 3. – P. 45–50.
3. Тімар І. В. Імідж підприємства як інноваційний інструмент конкурентної боротьби на ринку готельних послуг / І. В. Тімар // Економіка і менеджмент – 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 квіт. 2016 р.: у 9 т. – Т.6. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2016. – С. 20–23.
4. Тімар І. В. Інноваційний розвиток підприємств сфери готельних послуг / І. В. Тімар, Ю. А. Вернидуб // Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку». – Т. 6. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку: держава, регіон, галузь, суб'єкт господарювання. – 24–25 квітня 2014 року. – Дніпропетровськ, 2014. – С. 134–135.

Тараканова Ж. І., д. е. н. Шерстенников Ю. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**МОДЕЛЬ ВПЛИВУ ТЕМПІВ ВПРОВАДЖЕННЯ
ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Серед виробничих структур, що активно займаються інноваційною діяльністю, важливе місце займають підприємства малого бізнесу. Особливості функціонування малих підприємств обумовлюють значні кредитно-інвестиційні ризики в сфері малого бізнесу. Для того щоб подолати ці ризики й вижити в складних умовах невизначеності, малим підприємствам необхідні інвестиції. З іншого боку, наявність ризиків у малому бізнесі знижує інвестиційну привабливість малих підприємств. Ця обставина вимагає створення схем і механізмів, що забезпечують стабільність роботи малого підприємства в умовах швидко мінливої кон'юнктури ринку.

Слід мати на увазі, що дослідження інноваційної діяльності підприємств малого бізнесу ускладнюється теоретико-методичними труднощами. Як правило, воно обмежується лише якісними методами аналізу. Тим часом, як характер виникаючих завдань вимагає застосування кількісних методів, і, зокрема, методів економіко-математичного моделювання, адаптованих до специфіки досліджуваного економічного об'єкта – малого підприємства. Складність полягає в тому, що в цей час необхідний економіко-математичний інструментарій тільки починає створюватися. Важливо мати математичну модель динаміки розвитку малого підприємства, яка дозволить зв'язати ефект від інноваційної діяльності з основними параметрами підприємства, а також врахувати можливі ризики малого підприємства.

Основні принципи застосування економіко-математичного аналізу до діяльності малих підприємств закладені в роботах [1–3].

Метою даної роботи було чисельне дослідження динаміки розвитку малого підприємства за умови одержання разового кредиту (на придбання й впровадження нової технології) виплачуваного протягом 24 місяців. Ставилося завдання врахувати ризики, пов'язані з кон'юнктурою ринку, й визначити вплив термінів виходу нового обладнання на проектну фондівдачу на економічну ефективність підприємства.

Будемо розглядати наступну модель малого підприємства [1]. Вважаємо, що мале підприємство може розбудовуватися за рахунок, як внутрішніх джерел

(прибутки), так і зовнішньої фінансової підтримки. Основні виробничі фонди – єдиний фактор, що визначає випуск продукції. Виробнича діяльність описується однофакторною виробничою функцією, а темпи розвитку підприємства визначаються динамікою розвитку основних виробничих фондів. Застосовувана нами модель буде мати дві істотні відмінності від моделі [1]:

1) ми будемо враховувати ризик, пов'язаний з реалізацією виробленої продукції;

2) фондівіддача, використовувана в нашій моделі, не буде постійною в часі (на відміну від моделі [1]), а буде наростати від нуля до деякого максимального значення за характерний час T .

Друга відмінність є особливо важливою для інноваційних процесів. Час T необхідний для впровадження нової технології й навчання персоналу підприємства. У роботах [1–3] час T фактично вважався рівним нулю. У справжній роботі ставиться завдання досліджувати економічну ефективність проекту саме від T .

Отримана наступна система рівнянь:

$$\Delta M(t) = a_0 f(t) \cdot \Delta A(t),$$
$$a_0 = \frac{(1 - c - p)f}{1 + \tau \cdot k_1 \cdot (1 - \xi)}. \quad (1)$$

$$\frac{d\Delta A}{dt} = a \cdot \Delta A(t) - \xi \cdot D(t). \quad (2)$$

Проведені розрахунки показали істотну залежність економічної ефективності від часу впровадження інноваційних технологій. При зменшенні строків впровадження від 4 тижнів до 1 тижня зростання економічної ефективності становить 11–16%.

Список використаних джерел:

1. Егорова Н. Е., Хачатрян С. Р. Динамічні моделі розвитку малих підприємств, що використовують кредитно-інвестиційні ресурси / Препринт # WP/2011/118. – М.: ЦЭМИ РАН, 2011.
2. Егорова Н.Е., Хачатрян С. Р., Маренный М. А. Диференціальний аналіз розвитку малих підприємств, що використовують кредитно-інвестиційний ресурс // Аудит і фінансовий аналіз. – 2010. – № 4.
3. Егорова Н. Е., Хачатрян С. Р., Маренный М. А., Корольова Н. В. Моделі й методи аналізу малого підприємництва // У сб. Математичне й комп'ютерне моделювання соціально-економічних процесів. – М.: ГГУ, 2014.

Чичкань А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Інновація (нововведення) – це запроваджене нововведення, яке забезпечує якісний ріст ефективності процесів або продукції затребуваних ринком. Є кінцевим результатом інтелектуальної діяльності людини, творчого процесу, раціоналізації, його фантазії та відкрить [1].

Інновації являються основним джерелом економічного та соціального розвитку у всьому сучасному світі. Інноваційна діяльність призвела світову спільноту до нового, більш високого ступеню розвитку [3].

Без сумніву, інновації є основним фактором динамічного розвитку світової та національної економіки. Інновації впливають на зміни в усіх галузях народного господарства. Можна виділити основні пункти впливу.

Наслідком інноваційної діяльності є зменшення витрат у виробничій та торгівельній сфері. Запровадження інновацій дозволяє зменшити обсяги використання ресурсів, сировини й матеріалів, електроенергії, водних ресурсів, зменшення рівня забруднення навколишнього оточення.

Також інновації сприяють оптимізації процесів виробництва, економії ресурсів, збільшенню кількості випущеної продукції за меншу кількість часу, економічному розвитку підприємств в цілому [4].

Інноваційна діяльність насамперед впливає на конкурентоспроможність окремого індивіда або організації.

Британський вчений Дж. А. Гобсон висловив свою думку, що насамперед конкурентна перевага полягає в спроможності знаходити нові ринки збуту, виробляти нові унікальні товари та послуги, та винаходити нові технології з виробництва та використання продукції.

Якщо фірма володіє нововведенням, інновацією, яка викликає значний інтерес на ринку, то це надасть їй конкурентні переваги до того часу, поки не створяться нові інновації, що володіють більшими конкурентними перевагами на ринку.

До числа пріоритетів державної національної інноваційної політики України відносяться такі цільові програми як: «Національна технологічна база», «Розвиток електронної техніки в Україні», «Технології подвійного призначення», «Розвиток аграрної біотехнології», «Реструктуризація сільськогосподарської промисловості».

Аналізуючи інвестиції держави в інноваційну діяльність різних галузей народного господарства встановлено, що у 2017 році цей показник склав

230 785,2 млн грн., а вже до кінця 2018 року спостерігається зростання даного показника до 485 834,3 млн грн. Внутрішні інвестиції на наукові дослідження в 2017 році становили 1,07% до ВВП, до 2018 року цей показник збільшився до 1,12% [2].

Управління інноваціями ефективно забезпечує переваги, які допомагають організаціям підтримувати конкурентні переваги у світі, що постійно змінюється.

Ці переваги включають, але не обмежуються наступним:

- управління інноваціями дозволяє організаціям швидко реагувати на зміни потреб клієнтів;
- керівництво та організація зрозуміють важливість інновацій та очікуваних переваг, які вона отримує, коли вони реалізовані правильно;
- здатність адаптуватися до змін, інновації допомагають організації покращитись з точки зору процесів, можливостей прийняття рішень, фінансових прибутків та інших;
- легка ідентифікація проблеми, що вимагає інновацій, і дозволяє організації ознайомитися з тими проблемами, які потребують плану зміни;
- інновації можуть бути реалізовані без впливу на повсякденну діяльність організації;
- ноу-хау надають можливість для оцінки загального впливу змін на діяльність підприємства;
- управління інноваційними змінами допомагає організації чітко визначити проблеми та ефективно реагувати на них;
- управління інноваціями дає можливість організаціям заощаджувати витрати і збільшувати віддачу від інвестицій, тим самим зменшуючи витрату ресурсів, часу та зусиль;
- створити можливості для розвитку передового досвіду, розвитку лідерства та розвитку команди.

Список використаних джерел:

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. Амоша // Економіст. – 2010. – № 6. – С. 28–32.
3. Богданович О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу / О. Г. Богданович // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1.
4. Величко О. П. Маркетинг, інновації та якість як об'єкти стимулювання в управлінні вітчизняною вищою освітою / О. П. Величко, Л. А. Величко // Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 28–30 вересня 2017 р.) / Сумський державний університет. – Суми: Триторія, 2017. – С. 52–53.

5. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис – XXI. – 2015. – № 1-2 (2). – С. 51–54.

Шиманська Д. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація є результатом розвитку суспільства, суспільно-економічним процесом, основою якого являється здатність міжнародних і національних організацій враховувати світові ресурси та можливості. Глобалізаційні процеси значною мірою впливають на функціонування та розвиток національної економіки. Окрім цього важливо відмітити, що глобалізація значною мірою впливає на підприємницький сектор, зокрема на його розвиток.

Під впливом глобалізаційних процесів підприємства намагаються підвищувати конкурентоспроможність, впроваджувати інноваційні процеси, що є не аби яким стимулом діяльності вітчизняних підприємств. Нарощування інноваційного потенціалу відіграє центральну роль у зростанні економіки країн, що знаходяться у стадії розвитку та має назву інноваційний розвиток.

Інноваційний розвиток підприємства являє собою комплексний процес створення, використання і розповсюдження нововведень задля підвищення рентабельності виробництва та отримання конкурентних переваг. За функціоналом виділяють такі типи нововведень:

- технічні нововведення полягають в залученні новітніх продуктів, технологій, устаткування та конструкційних і допоміжних матеріалів;
- організаційні – полягають у впровадженні інноваційних методів і форм організації діяльності;
- економічні – методи керування науково-дослідницькою діяльністю, виробничим процесом та іншими сферами діяльності;
- соціальні – різноманітні заходи стосовно активізації людського чинника (нововведення в професійній підготовці робітників, стимулювання творчої діяльності, створення комфортних умов життя та праці);
- юридичні – законодавчі акти, що визначають і урегульовують діяльність підприємств і організацій.

Інноваційна стратегія підприємства полягає в тому, що розвиток підприємства, який першочергово пов'язаний з отриманням певних переваг над конкурентами і збільшенням прибутку, відбувається за рахунок постійного оновлення асортименту та розширення напрямів діяльності підприємства.

Як правило, виділяють три способи організації інноваційної діяльності: 1) діяльність на основі внутрішньої організації – нововведення розроблюється і освоюється безпосередньо на базі певного підприємства; 2) діяльність на базі зовнішньої організації – замовлення на створення і опанування інновації розміщується між різними організаційними установами; 3) діяльність на базі зовнішньої організації за допомогою венчурів – підприємство засновує дочірні венчурні фірми для втілення, які в свою чергу залучають додаткові сторонні засоби. Основотворчим аспектом інноваційної діяльності є розробка і опанування нових видів продукції, виготовлення, створення цінностей, благ та інших товарів [1].

На даному етапі розвитку підприємництва в нашій країні частіше використовується саме другий спосіб організації інноваційної діяльності – підприємство розміщує замовлення на інноваційну розробку, а освоює їх власними силами. Рідкість використання першого типу організації інноваційної діяльності можна пояснити низьким потенціалом підприємства.

Щодо особливостей інноваційного розвитку підприємств в Україні слід відмітити, що інновації впроваджуються надто повільно, це в першу чергу пов'язано із певними недоліками, серед яких можна виокремити наступні:

- низька якість бізнес-середовища;
- неефективне галузеве регулювання та відсутність державної технологічної політики;
- низька ефективність інструментів державної підтримки інноваційних процесів [2].

Отже, звертаючи увагу на наявність значного наукового потенціалу в Україні, зауважимо, що необхідно посилити державну підтримку інноваційного розвитку, за рахунок розробки програм підтримки підприємств, що проваджують новітні технології у свою роботу; також необхідно звернути увагу на тіньовий бізнес, що значно стримує інноваційні процеси через відсутність прозорості і чесної конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л. Концептуальні модель інноваційної стратегії України / Л. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2013. – № 4. – С. 15–23.
2. Данік Н. В. Інноваційний розвиток економіки України / Н. В. Данік // Інноваційна економіка : [всеукр. наук.-виробн. журнал]. – 2012. – № 2 (28). – С. 36–39.

ЗМІСТ

<i>Grynko T. V. Foresight as a Modern Tool for Strategic Planning of a Business Subject</i>	3
<i>Абесадзе Р. Б., Бурдули В. Ш. Некоторые аспекты опыта стран ЕС и США в формировании инновационных кластеров</i>	5
<i>Алещенко В. І. Управління інноваційною діяльністю на підприємстві</i>	7
<i>Андросова І. О., Гринько Т. В. Стратегія впровадження моделі інноваційної економіки в Україні</i>	9
<i>Антоненко С. О. Формування стратегії розвитку промислового підприємства</i>	12
<i>Власов Є. І., Сливенко В. А. Інноваційний вектор розвитку туристичних підприємств в умовах глобалізації (на прикладі індустріального туризму)</i>	15
<i>Воробйова Н. П., Коваленко О. М., Вінічук І. М. Культурний капітал в сучасному інформаційному суспільстві</i>	17
<i>Головачова К. В. Інноваційний розвиток підприємств в умовах глобалізації</i>	20
<i>Гринько Т. В., Можаровський О. Ю. Розвиток систем штучного інтелекту в західних провідних компаніях як головна загроза існування українських інформаційно-технологічних підприємств</i>	22
<i>Єгорова О. Р. Формування стратегій інноваційного розвитку підприємств України</i>	24
<i>Жидачин А. Я., Курінна І. Г. Інноваційний розвиток українського підприємництва в умовах інтеграції світового господарства в єдиний економічний простір</i>	27
<i>Завгородня А. О. Діджиталізація діяльності українських підприємств</i>	28
<i>Завгородня А. О. Переваги застосування ERP систем на підприємстві</i>	31
<i>Завгородня А. Ю., Курінна І. Г. Інноваційний розвиток підприємства на засадах підвищення інноваційного потенціалу</i>	32
<i>Зайцева А. О. Особливості діагностики інноваційного потенціалу підприємств</i>	35
<i>Зайцева К. В., Гринько Т. В. Стратегічні зміни як складова розвитку підприємства</i>	37
<i>Занкова Ю. В. Визначення можливих напрямків інноваційного розвитку підприємства</i>	40
<i>Кердан О. С. Особливості формування конкурентних стратегій підприємств у сучасних економічних умовах</i>	43
<i>Клименко А. О. Дослідження факторів інноваційної діяльності аграрного бізнесу України в умовах глобалізації світової економіки</i>	46
<i>Кошевий М. М. Вітчизняне наукоємне виробництво: стан, проблеми та перспективи розвитку</i>	48
<i>Лазаренко Д. Б. Проблеми розвитку інноваційної інфраструктури</i>	51
<i>Лемберг А. Г., Онишкевич Н. О. Фінансові інструменти стимулювання інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва в Україні</i>	53
<i>Літвінов О. С., Кузнецова К. П. Інтелектуальний капітал підприємства: сутність та види</i>	56
<i>Лозицький Я. Р., Курінна І. Г. Інновації: інструменти для створення конкурентних переваг для бізнесу</i>	58
<i>Маєр В. Д. Тенденції мотивації інноваційної активності трудового потенціалу на підприємстві</i>	60
<i>Максютенко І. Є. Тенденції інноваційного розвитку України в контексті розвитку Євросоюзу</i>	62
<i>Михайленко О. Г., Машикіна К. О. Стратегії інноваційного розвитку підприємства</i>	65
<i>Нековаль Д. С. Інновації та інноваційна політика як джерело конкурентної переваги</i>	68
<i>Ніколаєв М. Г., Мешко Н. П. Маркетплейси як стратегічні моделі розвитку бізнесу у цифровому середовищі</i>	71
<i>Озерова А. Г. Основні аспекти розвитку інноваційної діяльності підприємств</i>	74
<i>Оксень К. Ю. Венчурні інвестиції як джерело фінансування інноваційних процесів</i>	76

Олійник Т. І., Кальмус Я. Р. Компонентна складова стратегічного потенціалу підприємства та його оцінка	79
Олійник Т. І., Сомов В. В. Маркетингове управління он-лайн репутацією підприємства в мережі Інтернет	81
Олейник Т. И., Усманов Б. Роль современных информационных систем в технико-технологическом развитии транспортно-логистических предприятий	83
Олійник Т.І., Шевцов Б. С. Маркетинговий інструментарій забезпечення інноваційного розвитку сучасних підприємств	86
Олійник Т. І., Юрасова Д. В. Аналіз параметрів традиційної та логістичної концепції організації виробництва	88
Павліцій Даріуш, Турило А. М. Розвиток інтелектуального капіталу підприємства на основі маркетингової діяльності	90
Попова О. М. Науково-методичні підходи до оцінки стратегічного потенціалу суб'єктів підприємництва	92
Сардак С. Е., Калиста А. О. Інновації в готельній індустрії	95
Тараканова Ж. І., Шерстенников Ю. В. Модель впливу темпів впровадження інноваційних технологій на економічну ефективність малого підприємства	97
Чичкань А. О. Розвиток інноваційної діяльності в Україні та світі	99
Шиманська Д. О. Інноваційний розвиток підприємств в умовах глобалізації	101

Н а у к о в е в и д а н н я

Мови видання: українська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2019:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 18–19 квітня 2019 р.)

У восьми томах

Том 5. Стратегії інноваційного розвитку підприємств
в умовах глобалізації

*Окремі доповіді друкуються в авторській редакції
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За зміст, наукову новизну, достовірність та точність викладеного матеріалу
відповідальність покладається на авторів*

Відповідальний редактор Біла К. О.
Дизайн обкладинки Дем'янчук М. О.
Оригінал-макет Біла К. О., Тімар І. В.

Підписано до друку 16.04.19. Формат 60х84^{1/16}. Спосіб друку – плоский.
Ум. др. арк. 6,1. Тираж 95 пр. Зам. № 0419-01/6.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 1
тел. +38 (067) 972-90-71 www.confcontact.com e-mail: conf@confcontact.com