







складських, виробничих приміщень. Стратегія розвитку інноваційної діяльності підприємства – це комплекс управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства з довгостроковими наслідками. Існує три аспекти інноваційної стратегії компанії, що впливають на ефективність її розвитку:

1. Загальна увага керівництва до інновацій. Інновації можуть займати високе місце в списку пріоритетів організації або бути досить низькими. Це вплине на обсяг ресурсів і увагу, що приділяється менеджерами створення ідей та інноваційних проєктів. Нарешті, це позначається на зацікавленості працівників у розробці інноваційних ідей.

2. Бачення того, як будуть розвиватися промисловість і організація. Ринкові тенденції, детальне уявлення про майбутні технологічні розробки і ту роль, яку організація може грати в цих процесах, можуть стимулювати значні інновації. Він також може бути керівництвом з інвестицій та досліджень.

3. Прийняття рішень про те, з ким конкурувати і з ким працювати. Включення постачальників або споживачів в процес інноваційного розвитку призведе до збільшення обсягу наявної інформації, досвіду і знань.

Для розробки якісної стратегії, що реально відповідає умовам, а також функціям реалізації процесів інноваційного розвитку на підприємстві, необхідно розглянути, визначити і потім визначити програму стратегічних заходів, які будуть відповідати поставленим цілям, а також напрямку інноваційного розвитку підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Олійник Л. Г. Оновлення техніко-технологічної бази підприємств легкої промисловості [Електронний ресурс] / Л. Г. Олійник. – Режим доступу :[http://www.rusnauka.com/ONG\\_2006/Economics/17956.doc.htm](http://www.rusnauka.com/ONG_2006/Economics/17956.doc.htm)
2. Україна – 2010 : стат. зб. / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г.Осауленка. – К. : Консультант, 2010. – 30 с.
3. Зубаньов О. С. Фінансовий лізинг в Україні [Електронний ресурс] / О. С. Зубаньов. – Режим доступу : [http://www.machouse.ua/files/articles/63/37\\_2.pdf](http://www.machouse.ua/files/articles/63/37_2.pdf)



тенденцією, оскільки це свідчить про те, що така інноваційна форма фінансування як стартап, в Україні розвивається швидкими темпами, тобто діяльність стартапів в Україні збільшується та зростає інтерес з боку іноземних інвесторів до українських компаній, проте слід визнати, що більшістю інвесторів є все ж таки вітчизняні.

Основними проблемами функціонування стартапів є [2]:

- 1) відсутність належної фінансової підтримки з боку держави;
- 2) недосконалість організаційно-правової та методичної бази;
- 3) стартапи переважно зосереджуються у ІТ-сфері;
- 4) відсутність системи підготовки кваліфікованих фахівців.

Якщо ж говорити про основні проблеми розвитку стартапів в Україні, то це звичайно, недостатня підтримка з боку держави, несприятливий інвестиційний клімат, зосередження стартапів переважно у ІТ-сфері, вітчизняні інвестори інвестують у закордонні стартапи та відтік нового бізнесу закордон.

На сьогоднішній день в Україні існує дуже велика кількість стартапів. Серед новостворених найбільш «гучних» стартапів у 2020 році в Україні, можна виділити такі [5]:

1) електронні антисептики IOON – це інноваційні електронні антисептики, які насичують звичайну воду іонами срібла та не мають аналогів. Стартап отримав грант у розмірі 25 тисяч доларів від Українського фонду стартапів;

2) доставка ліків Liki24 – сайт Liki24 аналізує ціни і наявність препаратів у кількох тисячах аптек, знаходить мінімальну вартість і доставляє ліки в зручне місце. Даний сайт отримав 6 мільйонів доларів інвестицій від фондів TA Ventures і Genesis Investments Horizon Capital;

3) Reface – додаток заміни облич. Цей додаток має функцію заміни обличчя у різних відео, про нього написали більше 600 СМІ та користуються світові зірки по всьому світу. Reface отримав інвестиції у розмірі 5,5 мільйонів доларів від фонду Andreessen Horowitz;

4) Новація відеострімінгу Restream – сервіс дозволяє транслювати відео на більш ніж 30 платформах одночасно. Restream залучили 50 мільйонів доларів від різних інвесторів, серед яких є фонди Sapphire Ventures and Insight Partners;

5) Розмінування від Minect.ai – український стартап, який передбачає розмінування поля Донбасу за допомогою штучного інтелекту. Стартап отримав фінансову підтримку від держави у розмірі 500 тисяч гривень.

Однією з перспектив розвитку стартапів є бізнес-інкубатори. Вони становлять підтримку для малого та середнього бізнесу та виступають посередниками між новим проектом і інвесторами, які можуть фінансувати його реалізацію. В Україні налічується всього 7 бізнес-інкубаторів: Eastlabs, iHUB, HappyFarm, GrowthUp, Wannabiz, East Labs і Polyteco [1].

Отже, можна зробити висновок, що стартапи є дуже перспективною галуззю в сфері бізнесу, оскільки супроводжуються новими ідеями, які можуть бути впроваджені у виробництво та досягти успіху у найближчий час. Було виявлено основні перешкоди для розвитку стартапів в Україні, такі як недостатня фінансова підтримка з боку держави, відтік нового бізнесу закордон, несприятливий інвестиційний клімат, слабкий взаємозв'язок між стартапами та інвесторами. Однак, також було виявлено, що на сьогоднішній день Україна має певну кількість стартапів, які динамічно та впевнено розвиваються.

#### **Список використаних джерел:**

1. Воронченко О. В. Особливості розвитку стартапів як інноваційної форми фінансування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. №3. Т.2. С. 183-185.
2. Дробязко М. В. Перспективи розвитку стартапів в Україні. *Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Стратегічні перспективи розвитку промислових регіонів України в умовах економічної турбулентності» 10 січня 2019 р.* С. 264-265.
3. Сідельнікова В. К. Перспективи розвитку стартапів в Україні. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (25-26 квітня 2019 р., м. Херсон)*. С. 52-54.
4. Startup Ranking [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.startupranking.com>
5. Українські стартапи, які вразили: рейтинг 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ipress.ua/articles/ukrainski\\_startapy\\_yaki\\_vrazyly\\_reytyng\\_2020\\_318157.html](https://ipress.ua/articles/ukrainski_startapy_yaki_vrazyly_reytyng_2020_318157.html)

**Бірюкова П. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасному світі інноваційна складова розвитку підприємства є основним джерелом росту. Світова практика показує, що стабільний розвиток виробництва та підтримка конкурентоспроможності на ринку в довгостроковій перспективі на пряму залежить від інновацій. Тому, на даний момент, розвиток інноваційної діяльності, є дуже важливим елементом для покращення економічного становища кожного підприємства. Адже це допомагає компаніям залишатися на плаву, а також збільшувати свій дохід.

Головним фактором інноваційного розвитку є використання вже наявного потенціалу та забезпечення його росту в тих напрямках, котрі можуть забезпечити реальну соціально-економічну віддачу. Від стану інноваційного розвитку залежить вибір інноваційної стратегії, тому його оцінка-це необхідна операція процесу розробки стратегії.

Визначення складу оцінювальних показників є важливим елементом методичного забезпечення оцінки інноваційного розвитку підприємства. Об'єктивність оцінки величини інноваційного розвитку підприємства може бути забезпечена лише при правильному виборі системи показників, дозволяють в комплексі характеризувати потенціал за різними ознаками, сукупно дати оцінку можливостям інноваційної діяльності та визначити стратегію інноваційного розвитку. Від стану інноваційного потенціалу залежать керівницькі рішення з вибору та реалізації інноваційної стратегії, тому необхідна його комплексна оцінка.

Ціль дослідження полягає у проведенні оцінки інноваційного розвитку і визначення можливостей для здійснення інноваційної діяльності промислового підприємства. Ця діяльність спрямована на задоволення потреб все більшої кількості людей, за рахунок удосконалення старого продукту(наділення його





розбіжності. Будь-яка країна працює відповідно до державної стратегії економічного зростання, яка демонструє рівновагу між існуючими потребами та науково-технічними темпами розвитку економіки, що позитивно впливає на повномасштабну роботу інноваційної підсистеми певної країни. Через це, поживлення інноваційної активності є досить непростим процесом, який потребує різної підтримки з боку держави, а також з боку індивідуальних господарств.

**Список використаних джерел:**

1. Боярська М.О. Управління інноваційними процесами на підприємствах: особливості реалізації. *Економіка підприємства та управління виробництвом*. 2011. №4. С.112-116.
2. Інноваційний розвиток промислового підприємства: оцінка та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/305988625\\_Innovacionnoe\\_razvitie\\_promyslennogo\\_predpriatia\\_ocenka\\_i\\_perspektivy](https://www.researchgate.net/publication/305988625_Innovacionnoe_razvitie_promyslennogo_predpriatia_ocenka_i_perspektivy)
3. Інноваційний розвиток підприємств: проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2011\\_7.pdf](http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2011_7.pdf)

**Буряк М. В., Дворниченко Д. Р.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЛЬ ІННОВАЦІЙ  
В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

В сучасних умовах роль інновацій в підприємницькій діяльності в умовах ринкового господарювання є однією з найнеобхідніших умов. Враховуючи це, економічна наука дає визначення підприємництву – особливий вид діяльності та певний стиль господарської поведінки.

Підприємництво поділяють на дві моделі:

– класична модель, яка орієнтується на найбільш ефективне застосування існуючих ресурсів господарюючого суб'єкта;



Ефективність роботи великих інноваційних підприємств підвищується при:

- можливості масштабного використання інновацій;
- наявності жорсткої конкуренції на вже освоєних;
- ринках, що вимагає великих вкладень для просування інновацій;
- високих початкових витратах у виробництві інноваційного продукту;
- необхідності використання складних технічних систем, проведенні

тривалих процедур випробування, апробації, ліцензування та сертифікації інноваційного продукту [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Равлик Н. В. Поняття інновацій та їх роль у розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. №4. С. 215-219.
2. Пащенко І. Н. Інновації як основа розвитку підприємництва. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2007. № 2. С. 199-204.
3. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. Москва, 1997. с. 73.
4. Гринько Т.В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств. *Економіст*, 2010. №2. С. 56-58.
5. Гринько Т.В. Формування системи управління інноваційним розвитком підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету* 2010, № 4. Т. 2. С. 39-43.

#### **Гамерська І. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

Система громадського харчування є однією з основних і значимих послуг. Харчування спрямоване не тільки на задоволення першорядних потреб людини, але і дозволяє долучитися до національних традицій і культури народів. Все більше відкривається нових закладів, які залучають до себе гостей наявністю унікальних сервісів, неординарних ситуацій, удосконалених систем обслуговування, новітніх технологій приготування страв. Для утримання клієнтів і залучення нових гостей, необхідно розробляти унікальні продукти. У такому випадку

власники закладів звертаються до системи впровадження інновацій. Без використання інноваційних технологій важко підвищити конкурентоспроможність підприємства. Тільки продукція, що має високий ступінь наукоємності і новизни, дозволяє створити позитивні економічні результати.

До інновацій у сфері громадського харчування можна віднести:

1. Таблет-харчування. Це такий принцип роздачі страв, який дає змогу проводити всі необхідні маніпуляції з їжею на кухні попередньо, а не під час самої роздачі. Температура для кожної страви підтримується індивідуально, завдяки вбудованому акумулятору і термопластині, що реагує на температуру тарілки і зберігає її незмінною. Дане нововведення особливо популярне за кордоном, використовується в лікарнях і дитячих садках.

Приготування страви в присутності гостя або у нього на очах гарантує свіжість і високу якість приготовленої їжі, а також виступає в якості розваги для клієнта.

2. Ресторанний дворик – підприємство громадського харчування, розміщене на території торгового центру (комплексу), яке об'єднує операторів мережі швидкого обслуговування. Їхня діяльність полягає у тому, що клієнт робить замовлення в одному з приміщень закладу та сам відносить своє замовлення до загального залу, але деякі заклади пропонують послуги офіціанта. Перевагою ресторанного дворика є те, що він дає можливість відвідувачам спробувати велику кількість різноманітних страв в одному місці.

3. Фреш-бар – формат бару, меню якого засноване виключно на безалкогольних та легких напоях. В асортименті зазвичай присутні свіжовичавлені і охолоджені соки.

4. Кейтерінг – система організації обслуговування найчастіше поза приміщенням підприємства харчування. Найбільш характерними прикладами такого впровадження є організація пікніків, банкетів, фуршетів, весілля та інших заходів, для організації та проведення яких, запрошуються професійні менеджери.

До інноваційних технологій приготування страв можна віднести:

- 1) молекулярну кухню, особливість якої полягає у з'єднанні продуктів харчування, новітньої технології і молекулярної хімії;
- 2) фудпейрінг – методика, заснована на поєднанні різних продуктів, що мають спільні смакові компоненти;
- 3) фьюжн-кулінарія – система, заснована на змішуванні стилів традиційних кулінарних уподобань;
- 4) карвінг – це різьблення, орнамент на овочах і фруктах, складання з них прикрас для сервірування столів;
- 5) арт-візаж страв або кулінарний візаж. Це – кулінарне мистецтво професійно прикрашати страви.

Для швидкого і ефективного процесу приготування їжі розроблена система Cook & Chill. Система дає змогу приготувати одночасно великий об'єм як однорідної, так і різномірної продукції. Після приготування страви швидко охолоджуються (з 65С до 10С) і зберігаються в холодильнику, доки не настане пора їх розігрівати перед подачею.

Широко поширені і новітні технології в системі обробки продуктів. Технологія Sous Vide дозволяє приготувати страви без повітря, тобто під вакуумом. Це дозволяє отримати продукцію високої якості, скоротити втрати від теплової обробки і збільшити термін зберігання продукції.

Популярною новинкою стає автоматизація замовлень. Суть технології полягає в тому, що замість традиційного меню, на кожному столі встановлено електронне меню на основі планшетного комп'ютера.

Однією з інновацій в ресторанному бізнесі є показ свого меню відвідувачам прямо на вітрині ресторану. Муляжі страв – це єдиний спосіб, який дозволяє не лише прикрасити вітрину, але і створити привабливе інформаційне джерело для перехожих. Завдяки високій якості матеріалів які використовуються, муляжі мають вигляд справжніх страв, видно їх справжній розмір та обсяг.

Інновації створили прорив і в сфері технологій для збереження продуктів. Однією з них є – CapKold, винайдена в США. Ця технологія має на меті варити на пару великий обсяг їжі та швидко його охолоджувати в барабанах з крижаною водою. Багато сервісів, що пропонуються клієнту на підприємстві громадського харчування вже відомі і популярні серед гостей. Але є і такі категорії, які ще не отримали належної уваги. До таких можна віднести: on-line бронювання столів, впровадження системи web-моніторингу, яка допомагає реєструвати будь-яке недотримання санітарних норм і правил безпеки.

Тож можна зробити висновок, що в даний час підприємства поступово впроваджують різноманітні технології, які дозволяють утримувати і підвищувати рівень конкурентоспроможності підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Веселова О. Є. Інновації в сфері послуг громадського харчування. URL:<https://optno.ru/uk/innovacii-v-sfere-proizvodstva-produktov-pitaniya-novye/>

**Гамерська І. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Основною проблемою в інноваційній діяльності підприємства є підвищена складність організаційних процесів і значно зростаюча роль менеджменту. Інноваційний розвиток підприємства залежить від того, наскільки технологічна система підприємства готова сприйняти те чи інше інноваційне завдання, правильно оцінити його. Очевидно, що співробітники і фахівці організації (підприємства) є генераторами ідей і пропозицій. Тому інноваційний розвиток підприємства цілком залежить від їх бажання, мотивації, готовності і сприйнятливості. Найчастіше цей потенціал залишається недооціненим і недовикористаним,

а в управлінні інноваційною діяльністю, як і в інших сферах бізнесу, спостерігається значний дефіцит кваліфікованих управлінців. На відміну від фінансових проектів, результат яких залежить від безлічі випадкових факторів, інноваційні проекти мають більше число добре керованих критеріїв, здатних радикально змінити привабливість проекту. При цьому керівникам доводиться витратити значні зусилля не на управління інноваційним розвитком, а на подолання опору змінам з боку колективу. Посилення такої протидії, особливо в період кризи, призводить до неможливості формування інтелектуального капіталу як найважливішого інструменту будь-якого інноваційного проекту.

Звертаючи увагу на те, що на ринку найважливішу роль відіграють скоріше бренди, аніж продукти, то постає необхідність створити дієвий механізм мотивації праці, який би забезпечував зацікавленість працівників у реалізації стратегічних цілей підприємства. Реалізація даного завдання жадає значних змін як в системі підготовки фахівців усіх рівнів, які беруть участь в інноваційному розвитку підприємства, так і в системі управління. Причому дані зміни повинні відбуватися одночасно і рівнонаправлено для всіх учасників.

Щодо достатньо високого ризику інноваційної діяльності, то зараз немає дієвих механізмів зі страхування високих фінансових ризиків різних суб'єктів інноваційного ринку. Це, разом з необхідністю швидких технологічних змін, не дозволяє розвивати інноваційний потенціал підприємства [1]. Тож, можна сказати, що інноваційна діяльність має бути сприйнята як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємства.

Наступною проблемою є роль держави в інноваційному розвитку як середовища в цілому, так і кожного окремого підприємства. Держава перестала виконувати координуючу функцію на інноваційному ринку. Хоча, держава володіє ефективним набором досить тонких методів регулювання, які успішно



взаємодіють з методами ринкового саморегулювання. Вона також має можливість вирішити проблему, яка полягає у забезпеченні ефективної взаємодії науки та бізнесу, може створити інституційні умови для нівелювання проблем, що полягають у залученні капіталу до сфери наукових досліджень та високотехнологічного виробництва, використовувати засоби державно-приватного партнерства, приймати участь у реалізації найбільш значимих інвестиційних програм, якими можуть бути розвиток технопарків, особливих економічних зон, забезпечувати підтримку у просуванні вітчизняних інноваційних продуктів. Серед державних непрямих інструментів (методів) підтримки інноваційної діяльності може бути й пільгове оподаткування.

Недостатній вплив політики держави на процеси підготовки фахівців, які б могли здійснити реалізацію інновацій є достатньо актуальною проблемою. Слід зауважити, що науково-технічний потенціал України знаходиться на високому рівні, але частина розробок яка надійшла до споживачів залишається на низькому рівні. Причина криється у тому, що наявні фахівці не можуть побачити у розробках комерційні вигоди, зокрема правильно здійснити їх комерціалізацію. Також слід зазначити, що інноваційна діяльність перебуває на досить невисокому щаблі розвитку, тож потрібно прикладати значні зусилля для того щоб просувати нові ідеї. У той час як навіть реалізація стандартних рішень викликає невпевненість та тривогу у рядових співробітників. Головна ціль системи підготовки кваліфікованих фахівців повинна бути реалізована через формування позитивного ставлення до нових рішень, а також виховання відкритості до інновацій.

Права власників інновацій є незахищеними, бо відсутні чіткі та ефективні механізми які б змогли забезпечити використання інновацій лише при наявності дозволів правовласника. Наявність цієї проблеми має негативний вплив на інноваційний розвиток, тому що незаконне використання значно зменшує

економічні можливості для реалізації інновації, що у свою чергу накладає негативний відбиток на привабливості усього виду діяльності. Отже як висновок можна виділити ряд головних проблем, що мають вплив на процес управління інноваційним розвитком організації (підприємства):

1. Лімітований об'єм ресурсів для фінансування інноваційної діяльності підприємства, велика частка управлінських витрат.
2. Дефіцит сучасної бази для запровадження нововведень через знос або недостатність необхідного обладнання.
3. Опір інноваціям.
4. Недостатність або взагалі відсутність працівників які б могли успішно працювати над інноваційним процесом.
5. Незначний вплив державної політики на сферу інновацій.

Рішення цих проблем можна досягти шляхом концентрації зусиль усіх учасників інноваційного розвитку.

**Список використаних джерел:**

1. Зернюк О.В., Геращенко А.Є. Дослідження стану управління інноваційним розвитком виробничого підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 25. С. 298–304. URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PolfNTU/5512>.

**Гогохія Л. Б.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ІННОВАЦІЇ У СТРАХОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

“Інновація”, “інноваційна діяльність”, “інноваційні технології” – усі ці поняття вже давно стали широкоживаними у сучасному світі. Під значенням цих слів можна зрозуміти і зовсім нові винаходи, і покращення вже існуючого продукту; вони можуть відноситися до інтелектуальної сфери діяльності або до матеріального виробництва. Більшість великих інновацій тим чи іншим чином

пов'язані зі створенням нових соціальних цінностей, таких як система страхування, сучасні лікарні, покупки товарів в розстрочку або підручники. Якби не такий скромний винахід, як підручник, що з'явився вперше в середині XVII століття, сучасна система освіти не змогла б існувати сьогодні, і якби американські фермери не отримали доступу до покупок в розстрочку, врожайність в сільському господарстві ніколи не стала б підвищуватися [1].

Об'єктом продуктових інновацій у страхуванні є основна страхова послуга, а зміни у допоміжних послугах відносяться до технологічних інновацій.

На думку науковців, нові технології можуть досить позитивно впливати на економіку країн, незалежно від рівня їх розвитку, що й доводить досвід Китаю, Бразилії, Ірландії, Індії [2]. Зазвичай страхові продукти запозичують у лідерів страхового ринку (у тому числі іноземних) або модернізуються вже існуючі продукти. Використання передового досвіду, звичайно, простіше – це дозволяє уникнути власних помилок. Проте використовувати іноземні страхові продукти можливо лише з урахуванням рівня економічного розвитку нашої країни. В умовах відсутності розвитку страхової культури, а також, беручи до уваги невисокий рівень життя основної частки населення країни, складно впроваджувати навіть ті продукти, які широко використовуються за кордоном.

Сьогодні інновації застосовуються у різних галузях життя. Наприклад, в страхуванні вони представляють собою комерційні, технічні, фінансові, організаційні та соціальні зміни в суспільстві та державі, які мають на меті створення нового страхового продукту (табл.1).

Але зараз потреба в інноваційній діяльності в страхуванні не дуже активно виражена та має недостатню конкурентоспроможність. Розміри порівняно невеликих страхових компаній не дозволяють їм на рівних боротися з «велетнями» страхового бізнесу, вкладаючи значні засоби в ризиковані інновації. Таким чином, самостійно розробляти нові інноваційні продукти можуть дозволити собі тільки великі компанії, проте вони в цьому також не зовсім зацікавлені, адже вони й так цілком успішні.

**Таблиця 1. Класифікація інновацій в страхуванні**

<i>Комерційні (ринкові)</i>	<i>Технічні</i>	<i>Фінансові</i>	<i>Організаційні</i>	<i>Соціальні</i>
Створення нових страхових продуктів з метою утримання та розширення частки страховика на ринку; Введення нових видів страхування	Розвиток Інтернету дав можливість випускати страхові поліси в електронному виді без “живих” підписів клієнта та страховика	Відкриття нових видів страхових ризиків у фінансовій сфері	Надання нових додаткових сервісних послуг в рамках страхових продуктів; Спрощений порядок виплат страхового відшкодування (наприклад, через мобільний додаток)	Освоєння нових ринків збуту, створення страхових продуктів, які направлені на задоволення специфічних запитів страхувальників (наприклад, страхування окремих частин тіла)

В великій страховій компанії, яка має велику клієнтську базу, задля забезпечення високої якості обслуговування необхідно впроваджувати інновації, пов'язані з новітніми інформаційними технологіями. Прикладом цього може бути організація продажів страхових продуктів через Інтернет. Так як ця мережа стрімко розвивається, страховим компаніям слід звернути увагу на розвиток та вдосконалення своїх електронних веб-сайтів. Крім того, в електронному форматі можуть бути створені документи, необхідні для укладення договору страхування або для отримання страхової виплати. Сфера ІТ-послуг (а особливо ІТ-аутсорсинг) залишатиметься основним чинником позитивних змін у найближчі 5-6 років. Тут є великий потенціал для створення власних інтелектуальних продуктів на основі розробок українських компаній [3]. Але більшість страхових компаній все ще не довіряють просуванню страхових послуг через соціальні мережі та блоги.

Також важливе значення має впровадження інновацій, які пов'язані із взаємодією страхової компанії із зовнішнім середовищем. Прикладом такої взаємодії є створення альянсів з іншими ринковими гравцями, зокрема з банками. Це дозволить урізноманітнити канали збуту послуг, що досягається через організацію продажів страхових продуктів представниками банку.

Для залучення інвестицій в пріоритетні напрями інноваційного розвитку страховим компаніям слід підвищувати прозорість своїх операцій, впроваджувати облік згідно міжнародних стандартів фінансової звітності та активно взаємодіяти з аудиторськими компаніями. Це дозволить підвищити привабливість страхової компанії для потенційних іноземних інвесторів.

Тож, оптимальне використання джерел інвестування та раціональна взаємодія із зовнішніми організаціями для реалізації інноваційних проектів у сфері страхування – це актуальний напрям розвитку ринку страхування.

**Список використаних джерел:**

1. Друкер Питер Ф. Бизнес и инновации: пер. с англ. / Питер Ф. Друкер – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 432 с.
2. Мешко Н. П., Щитов Д. М. Високотехнологічні послуги як інноваційний фактор розвитку світового господарства в умовах глобальної економічної інтеграції. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*, 2016, 24, вип. 6: С. 87-94.
3. Мешко Н. П., Костюченко, М. К. Перспективи розвитку сфери ІТ як провідної інноваційної галузі України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*, 2015, 23, вип. 4: 71-77.

**Голяк Е. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Технології та інновації є важливими засобами сталого соціально-економічного розвитку країни, оскільки вони здатні стимулювати інноваційне підприємництво, що забезпечує зростання та продуктивну зайнятість. Одним з ключових елементів успішної стратегії індустріалізації також є динамічні інноваційні фірми. Тому центральним елементом економічної політики держави має бути розвиток потенціалу фірм у галузі науки, технологій та інновацій [1].

Впровадження технологічної модернізації та підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств є особливо затребуваним для економік, що розвиваються, бо саме динамічні й конкурентоспроможні підприємства перетворюють в реальність структурну трансформацію, створюючи нові виробництва з більш високою доданою вартістю. Вони підвищують диверсифікацію експорту, забезпечуючи життєво важливий приплив іноземної валюти, створюють нові та більш якісні робочі місця, які сприяють соціальній інтеграції, та впроваджують інновації, які можуть зменшити навантаження виробництва та споживання на навколишнє середовище.

Центральним елементом інноваційного процесу є компанії та підприємці. Кожна інновація відображає знайдений підприємцем новий підхід до підвищення ефективності певного економічного процесу та рішення щодо відповідної реорганізації ресурсів. У разі успіху це рішення веде до створення нового товару, послуги або процесу, які замінять деякі колишні види діяльності і приведуть до певних соціально-економічних зрушень. Ефективність впровадження інновацій в певній країні та ступінь їх впливу на довгострокове зростання визначаються тим, наскільки уряду вдається спростити підприємцям постійне виконання цієї унікальної реорганізаційної функції.

Отже, з метою сприяння формуванню більш технологічно розвинених та інноваційних підприємств необхідна розробка на рівні держави стратегії, спрямованої на створення у компаній потенціалу в області НТІ [2].

Виходячи із вищезазначеного, можна констатувати те, що сучасна державна політика розвитку інноваційної підприємницької діяльності має формуватися з урахуванням таких напрямів [3]:

- усунення фінансових труднощів, з якими стикаються інноваційні підприємці;
- сприяння формуванню мереж і кластерів інноваційних компаній;
- заохочення нових форм підприємництва в умовах цифрової економіки.

### **Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

---

Значення фінансування для технічного прогресу та інноваційної діяльності є основоположним. Збої у функціонуванні ринкових механізмів, що впливають на фінансування інновацій, широко визнаються та обумовлені побічними ефектами, інформаційною асиметрією, факторами невизначеності та комерційними й технологічними ризиками. В результаті цього ринок буде направляти на інноваційну діяльність менше ресурсів, ніж було б оптимальним з точки зору соціально-економічного розвитку. Тому, коли мова йде про поповненні нестачі приватного фінансування, важливу роль очевидним чином відіграють механізми та програми державного фінансування. Для нівелювання слабких сторін приватного фінансування уряд може створювати різні програми та інструменти фінансування інноваційної діяльності на ранніх етапах розвитку підприємства. Він також може сприяти появі спеціалізованих фінансових посередників і заохочувати їх до участі на ранніх етапах.

Сьогодні в Україні єдиним значущим видом науково-дослідницької діяльності найчастіше виступають державні витрати на дослідження і розробки в дослідних інститутах та університетах. Такий механізм фінансування може дозволити накопичити знання, які допомагають компаніям вирішувати проблеми або адаптувати іноземні технології для їх ефективного використання місцевими фірмами. Такі НДДКР є також джерелом нових знань і технологій, які можуть передаватися компаніям в якості основи інноваційної діяльності. Але для них необхідна продумана та інтегрована національна інноваційна система з широкою участю зацікавлених сторін.

Отже, основну увагу в державній політиці необхідно приділяти розробці механізмів фінансування або механізмів підтримки, які дозволять знизити ризик і невизначеність для потенційних інвесторів. Програми фінансування повинні розроблятися в ув'язці з іншими заходами підтримки, включаючи створення мереж взаємодії, координацію та заохочення культури підприємницької діяльності. Хоча такі програми можуть включати державні витрати на НДДКР, якщо це буде єдиним їх елементом, то найчастіше таке політичне рішення не буде



оптимальним. Важливо розробити оптимальне поєднання прямих і непрямих інструментів політики, які можуть вирішувати конкретні проблеми фінансування в країні у цілому або в окремому регіоні. Слід зауважити, що найбільший потенціал серед фінансових інструментів мають податкові пільги, цільові закупівлі, державно-приватні інвестиційні фонди і механізми венчурного фінансування.

**Список використаних джерел:**

1. Паламаренко Я.В. Концептуальні положення державного регулювання інноваційних процесів. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 4. URL: [http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4\\_2020/58.pdf](http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4_2020/58.pdf) (дата звернення: 23.01.2021).
2. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: затв. Кабінетом Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.01.2021).
3. UNCTAD, 2018, Technology and Innovation Report 2018: Harnessing Frontier Technologies for Sustainable Development (United Nations publication, Sales No. E.18.II.D.3, New York and Geneva). URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/tir2018\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tir2018_en.pdf) (дата звернення: 23.01.2021).

**Гуртовий Ю. В., канд. екон. наук Яковенко В. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ**

Для багатьох підприємств України, які були засновані задовго до незалежності, інвестиційне забезпечення є актуальною проблемою, оскільки гостро стоять питання заміни застарілого обладнання та збільшення виробничих можливостей підприємства. Стратегічна роль у вирішенні цих проблем розвитку підприємства належить якраз інвестиційним ресурсам.

При модернізації виробничого процесу такі інвестиції є інноваціями, тому що є вкладенням у нововведення, які сприяють зростанню економічного потенціалу. У країнах з розвинутою економікою більшість інвестицій мають бути інноваційними. На мою думку, саме інноваційна діяльність дозволяє



### Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

підприємству отримувати конкурентні переваги на ринку, підвищуючи якість продукції та зменшуючи при цьому собівартість її виробництва, таким чином, збільшуючи прибутковість самого виробництва.

Протягом останніх років в Україні зберігається тенденція до зменшення витрат на виконання наукових досліджень і розробок, що відображено на рис. 1, згідно з яким основними джерелами інноваційних інвестицій є власні кошти підприємств, що становлять більше 85% у структурі витрат, починаючи з 2014 року. Через зниження частки державного фінансування та неможливості більшості суб'єктів господарювання користуватися позиковими коштами (через велику їх вартість) – прибуток та амортизація є основними реальними джерелами фінансування витрат на інновації. Так, у 2016 році, маючи чистий збиток за результатами двох попередніх років, із власних коштів підприємств було здійснено 94,9% витрат на інновації.

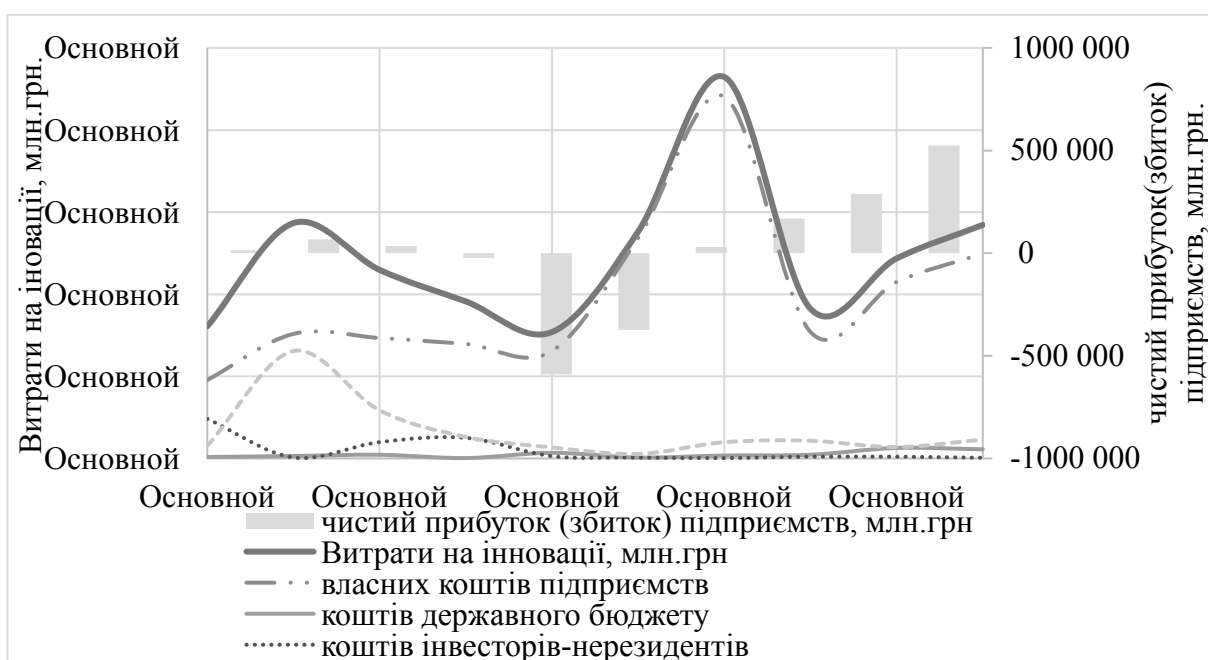


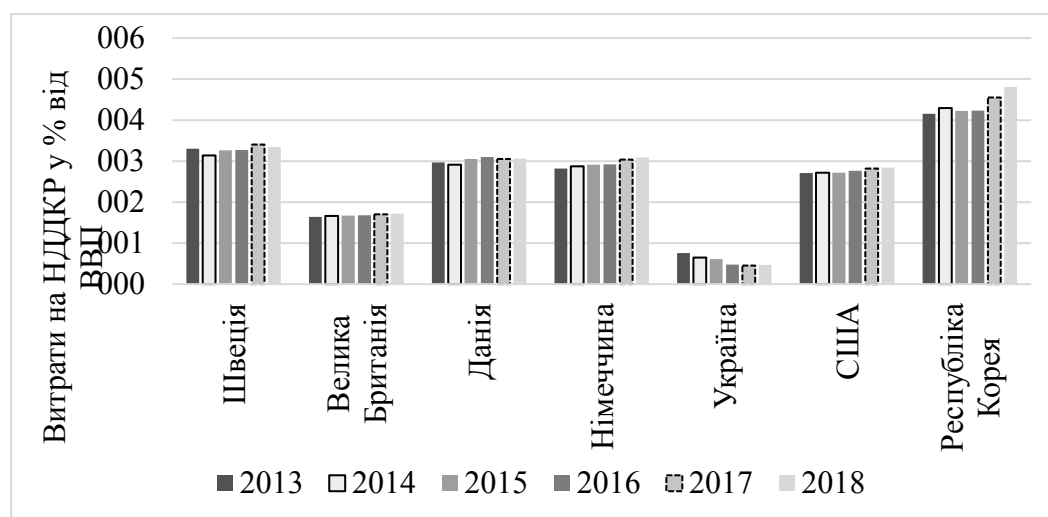
Рис. 1. Динаміка витрат на інновації та чистого прибутку (збитку) в Україні у 2010-2019 рр.

Створено автором за даними Державної служби статистики України [1]

Отже, власники українських підприємств традиційно розраховують лише на власні ресурси, а не на допомогу, фінансування чи пільгові умови від держави.

За даними Глобального інноваційного індексу, згідно з яким щорічно оцінюється інноваційна діяльність, глобальними лідерами в області інновацій у 2020 році в Європі є Швейцарія, Швеція та Велика Британія, в Північній Америці – США та Канада, в Південно-Східній Азії – Сінгапур, Республіка Корея та Гонконг. На рис. 2 показані частки витрат на інновації від ВВП в країнах-лідерах в області інновацій. Частка витрат зростає у всіх країнах протягом 2013-2018 рр., однак в Україні вона, по-перше, менша в 6 разів від частки витрат Швеції, Данії чи Німеччини, а по-друге, зменшилася з 0,76% у 2013 році до 0,47% у 2018 році.

За даними Організації економічного співробітництва та розвитку частка витрат на інновації підприємств інвесторів-нерезидентів у 2018 році у Великій Британії становила 13%, у США – 9,8%, в Німеччині – 6,3% [2]. В Україні ж за даними Державної служби статистики у 2018 році ця частка становила лише 0,9%, тобто наші підприємства не є інвестиційно привабливими для іноземних інвесторів.



**Рис. 2. Витрати на наукові дослідження у % від ВВП у 2013-2018рр.**

Створено автором за даними ЮНЕСКО [3]

Отже, підприємства, що функціонують в Україні повинні здійснювати інвестиції в інновації, щоб збільшити конкурентні переваги на ринку, проте при

### **Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

формуванні джерел фінансування доцільно розраховувати лише на власні ресурси, джерелом яких є стартовий капітал на початку діяльності та прибуток чи амортизаційні відрахування у процесі функціонування підприємства. При інвестиційно привабливому проекті можливо залучити кошти іноземних інвесторів. Держава має збільшити витрати на наукові дослідження та розробки, а також підтримувати бізнес за допомогою кредитних гарантій, що передбачені державною програмою 5-7-9%. Такі заходи мають запобігти коротко- і середньостроковим збиткам для інвестиційних проектів та стартапів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 22.02.2021).
2. Main Science and Technology Indicators : веб-сайт. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/>(дата звернення 22.02.2021).
3. The UNESCO Institute for Statistics (UIS): веб-сайт. URL: <http://data.uis.unesco.org/>(дата звернення 22.02.2021).
4. Гринько Т.В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства / Т.В. Гринько // Проблеми економіки, 2011. – №3. – С. 94-97.
5. Гринько Т.В. Формування системи управління інноваційним розвитком підприємств / Т.В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 4. Т. 2. – С. 39-43.

**Дорох К. Ю.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ ОБСЯГУ ВИРОБЛЕНОЇ ПРОДУКЦІЇ (РОБІТ, ПОСЛУГ) ТА ВИТРАТ НА ЇХ ВИРОБНИЦТВО ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА 2015–2019 РР.**

Господарсько-виробниче функціонування кожного підприємства пов'язано зі споживанням матеріалів, сировини, енергії, палива, з оплатою заробітної плати, відрахуванням платежів на пенсійне та соціальне страхування працівників, нарахуванням амортизації, а також інших невід'ємних витрат. У процесі обігу такі витрати постійно відшкодовуються з виручки підприємства

**« Е К О Н О М І К А І М Е Н Е Д Ж М Е Н Т 2 0 2 1 :  
П Е Р С П Е К Т И В И І Н Т Е Г Р А Ц І І ТА І Н Н О В А Ц І Й Н О Г О Р О З В И Т К У »**

від реалізації продукції (робіт, послуг), що гарантує безперервність виробничого розвитку.

Собівартість продукції є важливим узагальнюючим показником діяльності підприємства, що відображає ефективність використання ресурсів; підсумки впровадження новітньої прогресивної технології і техніки; поліпшення виробництва, управління і організації праці.

Таким чином, в табл. 1 проаналізовано динаміку обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) та понесених витрат на їх виробництво підприємствами промисловості (Код за КВЕД – 2010: В+С+D+E) за 2015–2019 рр.

**Таблиця 1. Динаміка обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) та витрат на їх виробництво промислових підприємств за 2015-2019 рр.**

Роки	Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг), тис.грн	Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг), тис.грн	Абсолютний приріст (ланцюговий)		Відносне відхилення	
			Обсягу виробленої продукції (товарів, послуг), тис.грн	Витрат на виробництво продукції (товарів, послуг), тис.грн	Обсягу виробленої продукції (товарів, послуг), тис.грн	Витрат на виробництво продукції (товарів, послуг), тис.грн
2015	1606440686,2	1351983391,3	-	-	-	-
2016	1920255174,9	1498586798,6	313814488,7	146603407,3	19,53%	10,84%
2017	2461938964,4	1879666066,9	541683789,5	381079268,3	28,21%	25,43%
2018	2797283374,8	2242650422,7	335344410,4	362984355,8	13,62%	19,31%
2019	2933989288,1	2313033556,9	136705913,3	70383134,2	4,89%	3,14%

Так, виходячи з аналізу табл. 1 видно, що обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) підприємств промисловості має тенденцію до зростання. Найбільше зростання обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) спостерігається у 2017 році. Так, порівняно з минулим періодом, обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) збільшився на 28,21%, що складає 541683789,6 тис. грн. Так, середній абсолютний приріст обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) складає 221258100,3 тис. грн.

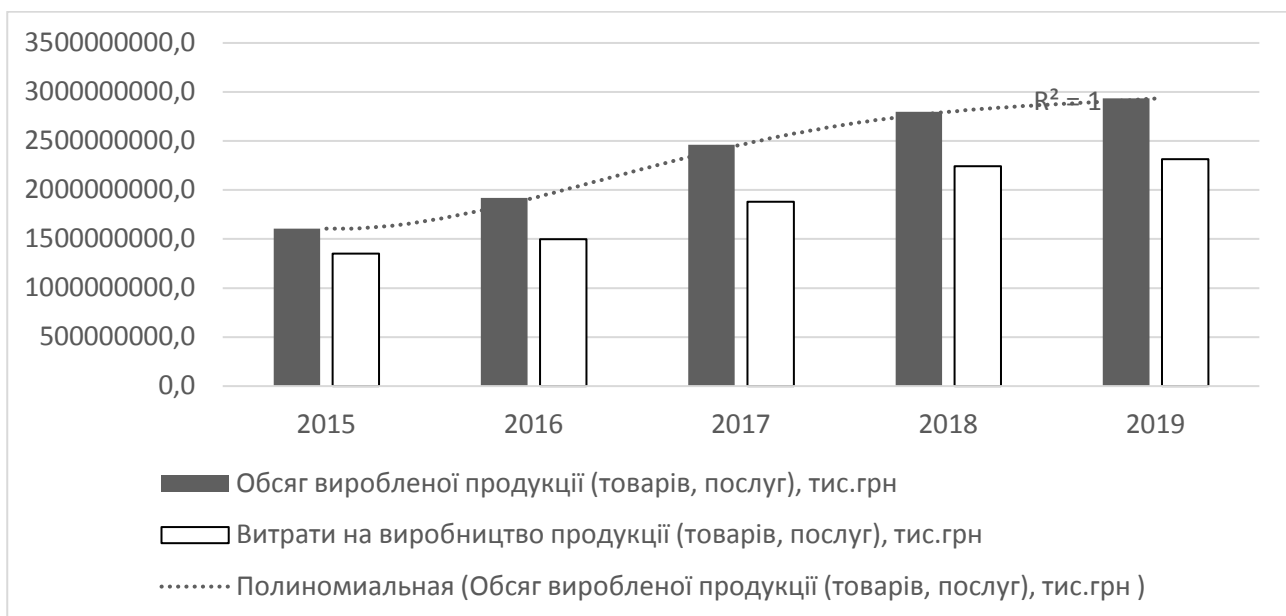
### Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Паралельно із зростанням обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) зростають також витрати на виробництво продукції (товарів, послуг).

Так, у 2019 році витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) склали 23133033556,9 тис. грн, що на 70383134,2 тис. грн (або 3,14%) більше за попередній рік. Найбільше зростання витрат на 381079268,3 тис. грн або 25,43% спостерігається у 2017 році порівняно з 2016 р. Втім, середній абсолютний приріст складає 160175027,6 тис. грн.

Крім того, слід зазначити, що обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) значно випереджає обсяг понесених витрат на виробництво продукції (товарів, послуг) промислових підприємств (рис. 1).

Найбільшу частку витрат на виробництво продукції (товарів, послуг) займають саме матеріальні витрати та витрати на оплату послуг, використані у виробництві. Так, у 2019 році такі витрати складають 76,9% до загальних витрат.



**Рис. 1. Динаміка обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) промисловими підприємствами та витрат на їх виробництво**

Отже, собівартість, це не що інше, як виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції. Собівартість виконує безліч важливих функцій, серед яких:

- облік витрат на випуск і реалізацію продукції;
- основа для визначення ціни продукції, прибутку і рентабельності;
- визначення найбільш оптимальних розмірів підприємства та ін.

**Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/pr/ipp/ipp\\_vd\\_2013\\_2019.xlsx](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/pr/ipp/ipp_vd_2013_2019.xlsx)

**Жогленко Я. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ВИДИ**

З огляду на специфіку цілей функціонування комерційних підприємств, слід зазначити, що інновації виступають у вигляді змін в асортименті продукції (товарів, послуг), в структурі ринків збуту, в застосовуваних технологіях і складі активної частини основних фондів, в організації праці і управління, в методах стимулювання продажів і в системах постачання і збуту. На сьогоднішній день слід враховувати комплексний характер інноваційної діяльності.

При різних інтерпретаціях інноваційної діяльності переважна частина науковців [1, 2] сходяться на думці, що даним видом діяльності слід керувати з метою отримання бажаного результату. Для подальшого виживання і процвітання в конкурентній боротьбі, для ефективної розробки та впровадження інновацій сучасному підприємству слід застосовувати основні принципи управління інноваційною діяльністю, спрямовані на досягнення конкретних інноваційних цілей підприємства. Таке грамотне застосування управління інноваційною діяльністю дозволить підприємству, в кінцевому рахунку, знизити ризик небажаних змін і підвищити ефективність використання наявних ресурсів.

У більшості випадків управління інноваційною діяльністю передбачає виконання комбінації різних видів активності, які вводяться частково одночасно, частково послідовно. У зв'язку з цим слід зазначити, що інноваційна діяльність передбачає виконання не ізольованої дії, а скоріше траєкторії, що складається з багатьох невеликих проектів. На практиці через це досить складно вказати момент початку інноваційної діяльності або єдину її причину.

До основних видів інноваційної діяльності відносять такі напрямки [2]:

– підготовка і організація виробництва, включаючи придбання виробничого обладнання та інструментів, їх розробка, а також процедури та методи, необхідні для створення нового технологічного процесу;

– розробки, що включає модифікації продукції і технологічний процес, перепідготовка кадрів для застосування нових технологій та обладнання;

– комерціалізація нових продуктів, що передбачає попередні дослідження ринку, адаптація товарів до різних ринків, рекламна кампанія;

– придбання технологій, що не матеріалізовані ззовні у вигляді патентів, ліцензії, товарних знаків, ноу-хау, дизайну, моделі і послуги технологічного контенту;

– придбання матеріалізованих технологій – машин і обладнання по їхньому технологічному змісту, пов'язаних з впровадженням продуктових або процесних інновацій компанії;

– виробниче проектування, включаючи підготовку планів і креслень для того, щоб визначити технологічні процеси та технічні умови.

Основою інноваційної діяльності є науково-технічна діяльність (НТД). Будучи основною категорією міжнародних стандартів у статистиці науки і технологій, і згідно з рекомендаціями ЮНЕСКО НТД як об'єкт статистики включає такі три напрямки:

– розробки та наукові дослідження;

- науково-технічну освіту і навчання;
- науково-технічні послуги.

При реалізації НТД використовується концепція «наукового масштабу». НТД зазвичай проводиться в наукових організаціях або в інноваційних компаніях. Наукова організація – організація, яка проводить дослідження та розробки, незалежно від її приналежності до тієї чи іншої сфери економіки, організаційно-правових форми і форм власності.

Складність і неоднозначність терміну «інноваційна діяльність» пов'язана із широким сектором застосування інновацій, які знаходять відображення в різних напрямках інноваційної поведінки. Результатом такої діяльності зазвичай є виробничі розробки, що включають модифікації продукту і технологічного процесу, маркетингових продуктів, що передбачає види діяльності, пов'язані із випуском нової продукції на ринку, виробниче проектування, підготовку планів і креслень для визначення виробничих процедур.

Таким чином, всі елементи, що становлять зміст інноваційної діяльності, не просто впливають одне з одного, а тісно взаємопов'язані і чинять взаємний вплив один на одного. Зміна одного елемента, в кінцевому підсумку призводить до зміни всього підприємства в цілому.

#### **Список використаних джерел**

1. Зянько, В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2015. 172 с.
2. Чіков І. А. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття «інновація». Ефективна економіка. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7450> (дата звернення: 16.02.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.179



**Козік В. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПІДХОДИ ЩОДО ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ**

Розробка й впровадження інноваційних продуктів і технологій забезпечують організацію конкурентними перевагами на ринку, в результаті чого відбувається підвищення обсягу продажів і зростання прибутку. У свою чергу, збільшення прибутку позитивно позначається на розвитку інноваційного та інвестиційного процесів. Проте однією з проблем здійснення ефективної інноваційної діяльності є низька інноваційної активність організації.

Під інноваційною активністю деякі вчені розуміють інтенсивність застосування досягнень науки і техніки в господарській практиці; інші вважають, що «інноваційна активність – це цілеспрямована діяльність суб'єкта підприємницької діяльності по створенню, конструюванню, виробництва якісно нових видів техніки, продуктів і технологій, об'єктів інтелектуальної власності, з розробки досконаліших форм організації праці та методів управління» [2].

На наш погляд, під інноваційною активністю слід розуміти комплекс взаємопов'язаних елементів, що відображають можливості організації для здійснення інноваційної діяльності, інтенсивність розробки і впровадження нових продуктів і технологій, а також ефективність інноваційної діяльності.

На інноваційну активність організації можуть впливати як внутрішні, так і зовнішні чинники. До зовнішніх факторів можна віднести попит і пропозицію; рівень конкуренції; інноваційний та інвестиційний клімат на державному та місцевому рівнях. Внутрішні чинники, що впливають на інноваційну активність організації складаються з кадрового, фінансового, науково-технічного потенціал; організаційної структури підприємства і т.д.

Інноваційна активність організації є керованою категорією, яка відображає ефективність обраної інноваційної стратегії організації. Для визначення

напрямів інноваційної стратегії та контролю її ефективності необхідно оцінити інноваційну активність підприємства та її внутрішні компоненти.

Існує достатня кількість підходів до оцінки і визначення складових інноваційної активності підприємства, до яких можна віднести ресурсний, результативний та статистичний.

Ресурсний підхід передбачає оцінювання матеріальних і нематеріальних ресурсів компанії, які задіяні в інноваційній діяльності та формують її інноваційний потенціал. Результативний підхід полягає у визначенні результатів інноваційної діяльності, а саме кількості розроблених і впроваджених інновацій, суми прибутку від реалізації нової продукції, підвищення якості умов праці, відповідність екологічним нормам й ін. Відповідно до статистичного підходу проводиться аналіз показників за обраними критеріям згідно зі статистичними даними аби поділити підприємства на інноваційно-активні та інноваційно-пасивні [1]. Дані методики оцінки інноваційної активності приділяють увагу або тільки ефекту від інноваційної діяльності, залишаючи без уваги ресурсний потенціал організації, або матеріальним і нематеріальним ресурсам, задіяним в інноваційному процесі, не враховуючи інтенсивність і ефективність від їх реалізації.

Найбільш привабливим для оцінки рівня інноваційної активності є комплексний підхід, заснований на взаємозалежності трьох складових інноваційної активності, а саме можливості для здійснення інноваційної діяльності, інтенсивності і ефективності впровадження інновацій.

Аналіз на оцінка можливостей для здійснення інноваційної діяльності передбачає аналіз та оцінку фінансової складової, кадрів, системи мотивації праці, інноваційного сприйняття, технологій та інформаційних ресурсів, організаційної структури та корпоративної культури. Для цього використовують наступні показники:

- частка витрат на НДДКР;

- частка витрат на підвищення кваліфікації співробітників;
- частка витрат на купівлю нового обладнання та ремонт старого;
- витрати на купівлю ліцензій, патентів;
- частка робітників, що зайнято інноваційною діяльністю;
- показник забезпеченості персоналу інформацією тощо [1].

Інтенсивність інновацій визначається динамікою та оновленням інноваційної діяльності та визначається за рахунок показника тривалості процесу розробки нового продукту, його виробництва; кількістю проведених науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, кількістю патентів, отриманих на розробки підприємства, об'єму реалізованих нових товарів.

Аналіз та оцінка збільшення доходу організації, скорочення витрат, покращення психологічного клімату та організаційної структури здійснюють економічний, соціальний та управлінський ефект та слугують базою для визначення ефективності від впровадження інновацій.

Отже, оцінюючи інноваційну активність економічного суб'єкту, доцільно проводити розрахунок та порівнювати значення показників з установленими базовими значеннями, в якості яких можуть виступати показники за попередні періоди, середньогалузеві значення, чи показники конкурентів. Це дозволить своєчасно виявити певні відхилення й впровадити зміни до інноваційної стратегії, корпоративної стратегії розвитку підприємства та забезпечити ефективність господарської діяльності й конкурентоспроможність підприємства на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Жежуха В.Й. Показники оцінювання стану інноваційної діяльності та інноваційної активності / В. Й. Жежуха // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 141–147.
3. Гринько Т.В. Інноваційна активність промислових підприємств у нестабільних умовах розвитку / Т.В. Гринько // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: Збірник наукових праць. – Донецьк, 2010. – С. 95-101.
4. Гринько Т.В. Сутність, складові та особливості категорії «інноваційна активність підприємства» / Т.В. Гринько // Інвестиції: практика та досвід, 2010. – №8. – Квітень. – С. 30-32.

**Королюк Є. Л., канд. екон. наук Кучеренко С. К.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ  
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ  
ЗА 2010-2019 РР.**

Якщо спиратися на інноваційну теорію Й. Шумпетера, то інноваційний розвиток може стати гарантом подолання спадів економіки та кризи. Дуже важливим фактором розвитку економіки України є ефективна активізація інноваційної діяльності. Вітчизняні спеціалісти ототожнюють розвиток інноваційної сфери протягом останніх років до ситуації 90-х рр. ХХ ст. Дарма що одним із пріоритетів в нашій країні наголошено інноваційну діяльність, у найближчі роки чекати інноваційний прорив немає сенсу без кардинальних змін в інноваційній політиці.

Отже, метою дослідження є інноваційна активність промислових підприємств на території Дніпропетровської області за останнє десятиліття.

Перш за все слід звернути увагу, що ситуація стосовно інноваційної активності буде розглянута у двох періодах: 2010-2014 рр. та 2015-2019 рр. Це обумовлено тим, що починаючи з 2015 року, через зміни в організації та проведенні державного статистичного спостереження щодо інноваційної діяльності промислових підприємств та зміну його періодичності з «річної» на «один раз на два роки» порівняння даних з аналогічними даними попередніх років є некоректним.

Таким чином за період 2010-2014 рр. можна побачити дещо суперечливу ситуацію. Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, збільшується рік за роком, виключенням є 2011 рік, а загальна сума витрат зростала протягом трьох перших років, але з 2013 р. почала зменшуватися.

Стосовно періоду 2015-2019 рр. – спостерігається зменшення питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями, на 2% за 2016-2017 рр., після чого за

**Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ  
В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

наступні два роки ситуація дещо поліпшилася (на 1,5%), але так й не перевищило показники 2015 року. Подібні зміни торкнулися й загальної суми витрат на інноваційну діяльність промислових підприємств. За 2016-2017 рр. спостерігається зменшення даного показника на 6441628,3 тис. грн, що було дуже відчутно в інноваційному розвитку промислових підприємств Дніпропетровської області. У порівнянні з цими роками за 2018-2019 рр. загальна сума витрат збільшилася майже у 2 рази, але цей показник все одно станом на 2019 р. приблизно є меншим у 3,41 рази ніж у 2015 р.

**Таблиця. Інноваційна активність промислових підприємств за 2010-2019 рр.  
Дніпропетровської області**

<i>Рік</i>	<i>Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %</i>	<i>Загальна сума витрат, тис. грн</i>
2010	9,1	379889,5
2011	8,7	950523,2
2012	10,7	1120021,9
2013	11,9	1057816,9
2014	13,4	825234,7
2015	13,0	7568879,0
2017	11,0	1127250,7
2019	12,5	2217046,9

Джерело даних: Головне управління статистики у Дніпропетровській області [1].

Отже, щодо першого досліджуваного періоду, то протягом 2010-2014 рр. питома вага підприємств, що займалися інноваціями, стабільно збільшувалася рік за роком, але ситуація з загальною сумою витрат інша. Пік останнього показника прийшовся на 2012 рік, після цього стрімкий ріст обернувся поступовим зменшенням загальної суми витрат. У тому числі за напрямками придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, а витрати на дослідження і розробки були нестабільні. Таким чином можна вважати, що хоча кількість підприємств, що займалася інноваціями, і збільшувалася, але їх витрати на даний вид діяльності зменшувалися в останні роки.

Слід зазначити, що для другого періоду характерна дещо інша ситуація.

Протягом 2015-2019 рр. пік обох показників припав саме на 2015 рік, наступні два роки інноваційна активність промислових підприємств Дніпропетровської області зазнала відчутної кризи, числові дані досліджуваних показників значно зменшилися. І незважаючи на наступний ріст, ситуація належним чином не поліпшилася. Основними факторами занепаду інноваційної активності перш за все є політична та економічна ситуації у країні. Що стосовно нинішнього стану, звертаючи увагу на пандемію COVID-19 та всі супутні незгоди, то результати наприкінці 2021 року швидше за все не будуть показувати інноваційний прорив.

**Список використаних джерел:**

1. Інноваційна активність промислових підприємств (2007-2019) [Електронний ресурс] // Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dnestrstat.gov.ua/statinfo/ni/2019/ni5.pdf>.
2. Імплементация высоких технологий в экономику Украины: научная доповідь / НАН України, ДУ "Інститут екон. та прогнозув. НАН України". Київ, 2016. С. 13.

**Куліш І. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ  
ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах впроваджені в виробництво новітні досягнення науково-технічного прогресу набувають важливого значення. Конкуренентоспроможними стають суб'єкти господарювання, які активно втілюють у свою діяльність інноваційні технології. Чинниками, що стримують інноваційний розвиток в Україні є: політична ситуація в країні, рівень економічного розвитку, законодавча база тощо.

На сьогодні в систематизованому вигляді не відображається інформація про доходи чи фінансові результати від інноваційної діяльності. Також немає чітких

### **Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

---

підходів до внутрішньої звітності, які б надавали відповідну інформацію для різних потреб управління та узагальненої інформації про інноваційні процеси в реєстрах аналітичного обліку. Це обумовлює необхідність формування належної системи обліково-аналітичного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Інноваційна діяльність – це відображення на рахунках будь-якого нового чи значно вдосконаленого продукту (товару чи послуги) або процесу, методу маркетингу, організаційного методу, з метою одержання інформації для потреб управління економічним потенціалом підприємства. До інновацій належать продукти, проекти, нові технології, авторські та інші права, яке підприємство створило першим, або запозичило в інших підприємств. Новий продукт є впровадженим, якщо він реалізується на ринку.

Об'єктами обліку інноваційної діяльності є: інноваційні ресурси (активи, земельні ділянки, витрати на формування людського капіталу та їх джерела), доходи (в розрізі внутрішніх та зовнішніх сегментів), витрати (на створення та освоєння інновацій, складові собівартості технологічного процесу виробництва, які характеризують процедури створення інноваційної готової продукції, робіт, послуг) та фінансові результати.

Основними функціями обліково-аналітичної системи управління підприємством є інформаційна, облікова, аналітична та контрольна.

Обліково-аналітичне забезпечення створює систему, яка задовольняє управління інноваційним розвитком підприємства складає єдність систем обліку та аудиту, які в свою чергу взаємодіють з нею через інформаційні потоки в процесі передачі оперативної та якісної обліково-аналітичної інформації для забезпечення ефективності прийняття управлінських рішень у системі управління інноваційними процесами. Попри велику актуальність забезпечення ефективного прийняття рішень, система досі окремо не розглядається.

Специфіка управління інноваційними процесами повинна виявлятися у всіх складових систем обліково-аналітичного забезпечення управління інноваційної



діяльності підприємства. Наприклад, у підсистемі аналізу – через формування аналітичного інструментарію оцінки стану розвитку, ефективності інноваційних процесів.

Отже, система обліково-аналітичного забезпечення складає єдність обліку та аудиту, які в свою чергу взаємодіє з нею; потребує розв'язання різних методичних проблем. Забезпечення інноваційних процесів здійснюється на підприємстві шляхом покриття інноваційних витрат за рахунок поточних витрат та капітальних інвестицій.

**Список використаних джерел:**

1. Волков О.І. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; Під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
2. Волощук, Л. О. Обліково-аналітичне забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства [Текст] / Л. О. Волощук // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 2(36). – С. 329-334
3. Крупка Я.Д. Варіанти обліку інноваційних процесів на підприємстві / Я.Д. Крупка // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 5. – С. 11-18.
4. Гринько Т.В. Формирование механизма инновационного развития предприятия. *Инвестиции: практика та досвід*, 2011. №7. Квітень. С. 18-22.
5. Гринько Т.В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства / Т.В. Гринько // Проблеми економіки, 2011. – №3. – С. 94-97.

**Канд. екон. наук Лемберг А. Г., Знанецька О. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ  
НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних світових умовах для максимального використання потужностей виробництва необхідно постійно збільшувати продуктивність праці. Найбільш дійовими засобами буде скорочення простоїв на робочих місцях, застосування обладнання що не використовується та скорочення його ремонту, впровадження нових прогресивних процесів, що відповідають умовам технологічного розвитку.



На підприємствах можна визначити такі основні напрями та шляхи підвищення власне продуктивності праці, а саме: зростання якості продукції, ефективне використання робочого часу внаслідок максимального зниження простоїв і прогулів на виробництві, інноваційний розвиток і впровадження на підприємстві науково-технічного прогресу та нових форм економічного зростання, нарощування обсягів виробництва та значне збільшення запасів продукції через врегулювання наявної збутової політики, професійний, культурний, освітній розвиток працівників, раціональне використання усіх наявних ресурсів, спрощення організації та управління виробництвом, забезпечення підвищення мотивації праці на виробництві чи підприємстві [5].

Сукупність технічно-матеріальних факторів та їх вплив на рівень продуктивності праці можна схарактеризувати певними показниками, а саме за електроозброєністю, фондоозброєністю та фондівіддачею [1].

Для того щоб сформувавши належне ставлення до праці необхідно створити такі умови, щоб працівники сприймали свою працю як свідому діяльність. Мотиваційна система повинна викликати у працівників почуття належності до конкретної організації. Психологічні аспекти передусім входять до будь-якої чинної моделі мотивації. Насамперед належний рівень продуктивності та мотивації праці на підприємстві забезпечуються внаслідок формування матеріальних стимулів, головним чинником яких є оплата праці, однак і нематеріальна мотивація впливає не менш, вона направлена на задоволення лояльності співробітників до компанії та “здоров’я” колективу в цілому [3].

Кваліфікація та освіта є одним з основних показників на ринку праці, бо як показує практика люди з більшою продуктивністю швидше можуть отримувати вищу освіту, а це в свою чергу є показником для підприємств щодо здібності працівників, які в свою чергу отримають надалі більш високооплачувану роботу. Підприємства загалом справедливо розглядають кваліфікацію та освіту як показник продуктивності праці майбутніх працівників [2].

Якщо розглядати продуктивність праці на прикладі практично будь-якого підприємства то можна сказати що для підвищення продуктивності треба або підвищити кількісні продажі або зменшити кількість відпрацьованих годин по підприємству. Для збільшення кількісних продажів та зменшенню відпрацьованих годин існує багато затверджених інструментів. По-перше, можна передивитися конфігурацію виробництва(проекти, дотації, режим роботи, можливість об'єднання виробничих зон, інше), при зміні процесів на виробництві обов'язково враховувати це при плануванні робочого часу, привести штатний розклад у відповідність, правильно та коректно ставити задачі та цілі працівникам та контролювати їх виконання на всіх рівнях управління, також необхідно вести жорсткий контроль над виконанням працівниками графіків приходу-уходу з роботи та перерв, регулярно проводити аналіз робочих годин та виробництва в цілому.

Для того щоб керувати на підприємстві продуктивністю праці треба мати навички у плануванні та аналізі, це завдання що потребує комплексного, поступового та складного підходу, яке в свою чергу є надважливим для будь-якого виробництва, яке в свою чергу прагне як до економічного так і ефективного розвитку та стрімкого зростання. Насамперед виконання даного завдання залежить від коректно скоординованої роботи усіх працівників на підприємстві на усіх етапах функціонування, починаючи від розроблення стратегії та місії, започаткуванням програм розвитку, мотивації та закінчуючи програмою підвищення продуктивності на підприємстві. Під час розроблення програми з управління продуктивності праці насамперед необхідно звернути увагу на розробку системи мотивації працівників як матеріальної так і нематеріальної для досягнення рівня продуктивності який задовольнить потреби підприємства та здійснити оцінювання якості персоналу за запропонованою методикою та на його основі вибрати певний вид мотивації для усього штату підприємства, так і для окремих працівників. Вдосконалення програми управління продуктивністю

праці та ефективності на підприємстві повинно бути предметом подальших розроблень і досліджень [4]. Ефективний вплив на рівень продуктивності праці – справжнє мистецтво, яким повинен володіти кожен успішний керівник.

**Список використаних джерел:**

1. Бабицький А. Моделі економічного зростання і проблема підвищення суспільної продуктивності праці/ Бабицький А. // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 1. – С. 22–28.
2. Гончаров В. М. Концептуальні проблеми ефективності праці в Україні // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 2. – С. 33–37.
3. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства//Науковий посібник для студентів вищих навчальних закладів – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2000. – 268 с.
4. Муха Р. Продуктивність праці на підприємствах та основні напрями її підвищення / Роксолана Муха // Галицький економічний вісник. – Т. : ТНТУ, 2015. – Том 48. – № 1. – С. 82-92.
5. Кукурудза І. І. Політична економія: матеріали до лекцій та семінарів / Черкаський національний ун-т ім. Богдана Хмельницького. – Вид. 2-ге, доп. – Черкаси : Вид. від. ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2007. – 368с.

**Литвиненко Ю. І., канд. техн. наук Джур О. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**3D-ДРУК ЯК ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНИХ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ  
СВІТОВИХ ТРЕНДІВ У ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ**

В сучасному світі розвиток науки та технологій дійшли значних масштабів та мають вагомі результати. Наприклад, ще 14 років тому назад було досягнуто: 1) завершено картографування геному людини; 2) винайдено функціонуючий квантовий обчислювальний пристрій; 3) органічний та неорганічний матеріал вперше сполучений на молекулярному рівні; 4) основні механізми процесу старіння були зрозумілі на генетичному рівні [1]. Ключовим фактором, що спричиняє зміни протягом наступних років, буде прискорення наукових винаходів та їх технологічних застосувань, а також нерівномірний соціальний та економічний потенціал людей, які будуть їх використовувати.

Розглядаючи картину сучасних технологічних здобутків можна визначити технології як:

– нові (технології або наукові відкриття, які, як очікується, дозріють у період 2020–2040 рр.; в даний час широко не використовуються та вплив яких на оборону та безпеку передбачається значним);

– руйнівні (технології або наукові відкриття, які, як очікується, матимуть великий, або, можливо, революційний вплив на оборону, безпеку функціонування підприємств у період 2020–2040 рр.);

– конвергентні (комбінація технологій, які поєднані по-новому). Не всі технології чи наукові відкриття виникають або руйнуються, і порушення не обумовлене виключно технологією [2]. Але, далеко не всі нові технології будуть руйнівними; не всі технології, що руйнують, є новими; і, не всі конвергентні технології керуються новими.

На основі інтенсивних досліджень [3], консультацій, перевірки та встановлення пріоритетів, кінцевим результатом є перелік 20 найкращих тенденцій, що мають великий потенціал для зростання та впливу з 2020 року до 2025 року, а саме: інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ); Біо, охорона здоров'я та науки про життя; навколишнє середовище, енергетика та зміна клімату. Розберемо більш детально складові кожної з галузей. Перша, галузь інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) складається з наступних елементів: 1) технології 3D-друку; 2) адаптивне забезпечення автономних систем; 3) нейроморфні обчислення (нові типи обладнання) та біоміметичний ШІ (штучний інтелект); 4) обмеження квантових обчислень: розв'язаність та використання машинного навчання; 5) етично надійний ШІ (штучний інтелект) та анонімна аналітика; 6) обладнання 5G; 7) нові підходи до взаємодії даних у ІКТ. Друга галузь – Біо, науки про здоров'я та життя має такі складові, як когнітивне посилення та посилення інтелекту, регенеративна медицина, виявлення та виготовлення медичних елементів за допомогою ШІ, біоінформатика та ШІ, вивчення клітинного старіння та продовження життя, а також біоніка. До елементів третьої

галузі, а саме галузі навколишнього середовища, енергетики та зміни клімату можна віднести наступне: 1) енергоефективні водні процедури; 2) водорості проти зміни клімату; 3) високотемпературна надпровідність та зворотна електроніка; 4) самовідновлювальні батареї; 5) концепцій Net Zero (будівлі з нульовим використанням енергії); 6) зміна клімату в Арктиці; 7) зондування океану.

Розглядаючи 3D-друк можна сказати, що ця технологія активно чинить глобальний вплив на виробництво та економіку різних країн світу. Одним із ключових факторів цього твердження є те, що тривимірний друк може наблизити виробництво до кінцевого споживача та / або споживача, тим самим зменшуючи поточні обмеження в ланцюгу поставок. Цінність 3D-друку та можливість виробляти невеликі виробничі партії на вимогу – це надійний спосіб залучити споживачів і зменшити або заперечити запаси та накопичення запасів (подібно до того, як Amazon веде свій бізнес) [4].

Доставка запасних частин та виробів з однієї частини світу в іншу може застаріти, оскільки ці запчастини можуть бути 3D роздруковані на місці. Це може мати великий вплив на те, як великі та малі підприємства, працюють та взаємодіють у глобальному масштабі в майбутньому. Кінцевою метою для багатьох є споживачі, що використовують свій власний 3D-принтер вдома або в межах спільноти, завдяки чому цифрові конструкції будь-якого (настроюваного) продукту доступні для завантаження через Інтернет і можуть бути надіслані на завантажений принтер з необхідним матеріалом (матеріалами). В даний час ведуться дискусії щодо того, чи це коли-небудь станеться, і ще більш гострі питання стосуються часових рамок, в які це може відбутися. Більш широке впровадження 3D-друку, швидше за все, призведе до повторного винаходу низки вже винайдених виробів, і, звичайно, ще більшої кількості абсолютно нових продуктів. Сьогодні раніше неможливі геометричні форми можна створити за допомогою 3D-принтера. Багато винахідників та підприємців вважають, що 3D-друк має надзвичайно великий потенціал для зростання інновацій та зростання місцевого виробництва.

3D-друк має потенціал та спонукає до створення нових галузей та абсолютно нових професій, таких як виробництво 3D-принтерів. Існує можливість професійних послуг у сфері 3D-друку, починаючи від нових форм дизайнерів продуктів, операторів принтерів, постачальників матеріалів і закінчуючи юридичними суперечками та врегулюванням питань інтелектуальної власності [4].

Вплив 3D-друку на країни, що розвиваються проявляється двояко. Одним із прикладів позитивного ефекту є зниження собівартості за рахунок перероблених та інших місцевих матеріалів, але втрата виробничих робочих місць може серйозно вразити багато країн, що розвиваються. Для подолання негативних тенденцій знадобиться час. Вважають, що розвинутий світ, найбільше виграє від 3D-друку, де зростаюче суспільство та зміна вікової демографічної ситуації є проблемою, пов'язаною з виробництвом та робочою силою. Крім того, користь для здоров'я від використання тривимірного друку в медичних цілях сприятиме старінню західного суспільства.

Так, наприклад, український стартап Kwambio, відомий як онлайн-платформа дизайнерських 3D-форм, запустила друк людських кісток для потреб медицини [5]. А група компаній «ТАС» відкрила перший в Україні Центр металевого 3D друку «3D Metal Tech», який спеціалізується на виготовленні широкого асортименту серійних та індивідуальних хірургічних імплантатів із титанового сплаву [6].

3D-друк, як на промисловому, місцевому, так і на індивідуальному рівні, приносить безліч переваг, яких традиційні методи виготовлення (або створення прототипів) просто не можуть (табл. 1).

Отже, синергетичний розвиток інформаційних технологій, матеріалознавства, біотехнологій та нанотехнологій майже напевно трансформуватиме людські інструменти більш різко і швидко, ніж будь-коли в людській діяльності.

**Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ  
В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

**Таблиця 1. Перелік переваг 3D-друку**

<i>№</i>	<i>Перевага</i>	<i>Характеристика</i>
1	Індивідуалізація налаштувань	Процеси тривимірного друку дозволяють проводити масові налаштування – можливість персоналізувати продукцію відповідно до індивідуальних потреб та вимог. Навіть в одній і тій самій камері побудови, характер 3D-друку означає, що безліч додаткових витрат можуть одночасно виготовляти численні вироби відповідно до вимог кінцевих споживачів
2	Менша складність технології	Незважаючи на те, що ця перевага використана дизайнерами та художниками для вражаючого візуального ефекту, вона також зробила значний вплив на промислові додатки, завдяки чому розробляються додатки для матеріалізації складних компонентів, які виявляються одночасно легшими та міцнішими, ніж їх попередники. Помітне використання виникає в аерокосмічному секторі, де ці питання мають першочергове значення
3	Без застосування інструментів	Для застосувань малого та середнього обсягу виробництва, промисловий 3D-друк – може усунути необхідність у виробництві інструментів, а отже, пов'язані з цим витрати, час виготовлення та на робочу силу. Це надзвичайно приваблива пропозиція, якою користується все більша кількість виробників. Крім того, через вищезазначені переваги складності, вироби та компоненти можуть бути сконструйовані спеціально, щоб уникнути вимог до складання зі складною геометрією та складними характеристиками, що додатково виключає робочу силу та витрати, пов'язані з процесами складання
4	Екологічно чистий	3D-друк також з'являється як енергоефективна технологія, яка може забезпечити екологічну ефективність, як з точки зору самого виробничого процесу, використовуючи до 90% стандартних матеріалів, і, отже, створюючи менше відходів, але також протягом усього періоду експлуатації додатково виготовленого продукту життя, завдяки легшому та міцнішому дизайну, який накладає зменшений вуглецевий слід порівняно з традиційно виготовленими виробами

Складено на основі [4].

Саме тривимірний друк представляє великі перспективи з точки зору організації місцевої моделі виробництва, завдяки якій продукція виробляється на вимогу в тому місці, де вона потрібна – виключаючи величезні запаси та нестійку логістику для доставки великих обсягів продукції по всьому світу. Такий тип друку може бути використаний у галузях медицини, виробництва одягу та аксесуарів, ювелірна галузь, аерокосмічна та автомобільна галузі, крім цього ще у галузях мистецтва, дизайну та скульптури, та архітектури.



**Список використаних джерел:**

1. The Intelligence Community and Science and Technology: The Challenge of the New S&T Landscape. URL: <https://fas.org/irp/dni/isb/landscape.pdf> (дата звернення: 10.01.2021).
2. Science & Technology Trends 2020-2040. Exploring the S&T Edge. NATO Science & Technology Organization. URL: [https://www.nato.int/nato\\_static\\_fl2014/assets/pdf/2020/4/pdf/190422-ST\\_Tech\\_Trends\\_Report\\_2020-2040.pdf](https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2020/4/pdf/190422-ST_Tech_Trends_Report_2020-2040.pdf) (дата звернення: 2.01.2021).
3. What are the Hottest Trends in Science and Technology? URL: <https://www.trilateralresearch.com/what-are-the-hottest-trends-in-science-and-technology/> (дата звернення: additive manufacturing. URL: <https://3dprintingindustry.com/> (дата звернення: 10.01.2021).
4. 3-D printing industry. The authority on additive manufacturing. URL: <https://3dprintingindustry.com/> (дата звернення: 10.01.2021).
5. Одеська фабрика 3D-друку виготовлятиме кістки-імпланти для потреб медицини URL: <https://zaxid.net> (дата звернення: 11.01.2021)
6. В Україні вперше вироблятимуть хірургічні імпланти із титанового сплаву методом 3D друку. URL: <https://uul.com.ua/2020/grupa-tas-vidkryla-pershuj-v-ukrayini-tsentr-medychnogo-metalevogo-3d-druku/> (дата звернення: 5.01.2021)

**Лісна Д. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Інноваційна діяльність відіграє дуже важливу роль у розвитку сучасних підприємств. Впровадження інноваційних розробок є основою розвитку та ефективності таких сфер діяльності, як: наукова, економічна, фінансова, технологічна, політична, екологічна, соціальна тощо. Основні задачі новітніх інноваційних технологій полягають у нововведенні, задоволенні суспільних потреб та у максимізації прибутку.

Україна входить до восьми країн світу з достатнім науково-технічним потенціалом. Але аналізуючи останні десятиліття, ми можемо зробити висновок, що загалом спостерігається регрес в інноваційній активності.

Проаналізувавши рис. 1, ми можемо зробити такі висновки: найменший показник припадає на 2006 рік, а найбільший показник – на 2016 рік. Дивлячись на рис. 1, ми бачимо, що до 2006 року був суттєвий регрес.



**Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ  
В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**



**Рис. 1**

Після 2006 року частка кількості інноваційно активних підприємств почала зростати, але після 2016 року ми можемо спостерігати спад.

**Таблиця 1. Витрати на інноваційну діяльність в Україні, млн. грн.**

<i>Рік</i>	<i>Дослідження і розробки</i>	<i>Придбання нових технологій</i>	<i>Придбання машин обладнання та програмного забезпечення</i>	<i>Інші витрати</i>	<i>Загальна сума витрат</i>
2010	996,4	141,6	5051,7	1855,8	8045,5
2012	1196,3	47,0	8051,8	2185,5	11480,6
2014	1754,6	47,2	5115,3	778,8	7695,9
2016	2457,8	64,2	19829,0	878,4	23229,5
2018	3208,8	46,1	8291,3	633,9	12180,1
2019	2918,9	37,5	10185,1	1079,4	14220,9

\* Складено на основі [1]

Дивлячись на таблицю 1, ми робимо висновок, що найменша сума витрат на інноваційну діяльність припадає на 2010, 2014 роки, а найбільша – на 2016 рік. Також можна побачити, як після 2010 року придбання нових технологій значно знизилось майже у два рази.

Проаналізувавши таблицю 2, ми можемо зробити такі висновки: найменша питома вага підприємств, що впроваджували інновації припадає на 2010 рік, а найбільша – на 2016 рік.

**Таблиця 2. Впровадження інновацій на промислових підприємствах**

<i>Роки</i>	<i>Питома вага підприємств, що впроваджували інновації %</i>	<i>Впроваджено нових технологічних процесів</i>	<i>Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань</i>	<i>З них нові види техніки</i>	<i>Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %</i>
2010	11,5	2043	2408	663	3,8
2012	13,6	2188	3403	942	3,3
2014	12,1	1743	3661	1314	2,5
2016	16,6	3489	4139	1305	...
2018	15,6	2002	3843	920	0,8
2019	13,8	2318	2148	760	1,3

\* Складено на основі [1]

Аналізуючи усі дані, можна зробити висновок, що спостерігається регрес в інноваційній політиці. Основні причини, які зумовлюють падіння в розвитку науково – технічного прогресу інноваційної продукції:

1. Фінансова допомога держави знаходиться на досить низькому рівні. Як наслідок, власники підприємств змушені самотійно розвивати інноваційну діяльність. Але кризи та нестача власних коштів та ресурсів стають суттєвою перешкодою для інноваційних розробок.

2. Відсутність мотивування працівників. Персоналу потрібно надавати певні винагороди за інтелектуальну, творчу діяльність. Також важливо забезпечити захист інтелектуальної власності кожного працівника.

3. Недоліки у законодавстві України та невідповідність законів економічній ситуації в країні суттєво гальмують розвиток інноваційної діяльності.

4. Недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів.

5. Відсутність чітко сформульованого плану розвитку інноваційної сфери в нашій країні. Держава повинна приділяти більше уваги науково-технічним інноваціям.

6. Держава недостатньо підтримує своїх вітчизняних винахідників, авторів технічних рішень, вчених тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Д'якур М. В. Проблеми інноваційного розвитку України [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/16\\_ADEN\\_2010/Economics/68308.doc.htm](http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68308.doc.htm)
3. Крайник О. П. Економіка підприємства: навч. посібник / О. П. Крайник, Є. С. Барвінська. – К.: Львів: національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2003. – 208 с.
4. Гринько Т.В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств. *Економіст*, 2010. – №2. – С. 56-58.
5. Гринько Т.В. Формування системи управління інноваційним розвитком підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету* 2010, № 4. Т. 2. С. 39-43.

**Лісовець А. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОСОБЛИВОСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ  
НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Бізнес-процес – сукупність послідовних дій або функцій, якими управляє відповідальна посадова особа. Він реалізується в організації для перетворення входів (сировина, матеріали тощо) у виходи (готова продукція, інформація тощо). Для ефективного регулювання бізнес-процесами відповідальна посадова особа має володіти зворотною інформацією від споживачів таких процесів. А потім вона, у свою чергу, повинна регулярно повідомляти вище керівництво про роботу бізнес-процесів.

Для забезпечення своєї успішної діяльності підприємства повинні постійно розвиватися, удосконалювати власні бізнес-процеси, змінювати їх відповідно до ринкових умов та вимог споживачів.

Оптимізація бізнес-процесів – це важливий процес створення ефективних та доступних способів, які сприяють розвитку стабільному бізнесу. Вдала оптимізація стимулює зростанню рівня контролю за процесами, а також допомагає компанії вирішити що краще змінити і доповнити в діяльності компанії.

Найчастіше оптимальність процесу оцінюється за такими критеріями:

- якість остаточного результату бізнес-процесу;
- якість і значення проміжних результатів;
- переконливість дій виконавців при виконанні роботи;
- щільність схем бізнес-процесів;
- ефективність регулювання бізнес-процесом;
- час виконання і вартість бізнес-процесів [1].

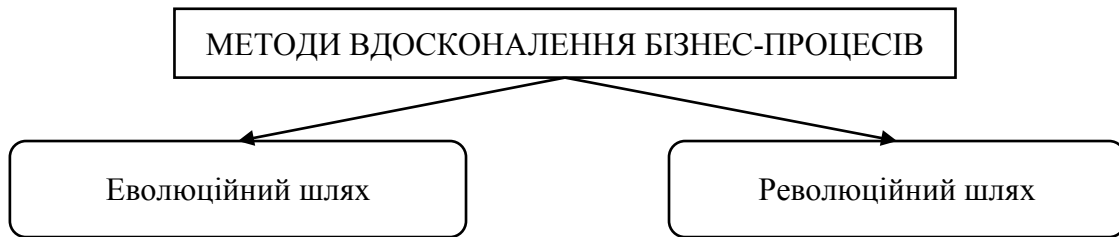
Варто зазначити, що кожен з вищенаведених критеріїв визначається через систему показників, що утворюється за рахунок аналізу бізнес-процесів компанії [2].



**Рис. 1. Основні принципи оптимізації бізнес-процесів**

Бізнес-процеси підприємства можуть покращуватися різними методами (рис. 2):

- еволюційний шлях (стабільне вдосконалення процесів). Він використовується, коли компанія не потребує значних змін.
- революційний шлях, (циклічні кардинальні зміни). Він використовується, коли підприємство потребує перебудову, яка пов'язана з суттєвими змінами в діяльності компанії.



**Рис. 2. Методи вдосконалення бізнес-процесів**



**Рис. 3. Основні переваги оптимізації бізнес-процесів**

Отже, у сучасних умовах оптимізація бізнес-процесів підприємств забезпечує ефективну роботу компанії, стимулює покращенню якості продуктів або послуг, а також сприяє зростанню продуктивності, зниженню витрат і, звичайно, збільшенню прибутку.

**Список використаних джерел:**

1. Управління якістю бізнес-процесів на підприємстві : монографія. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2011. 240 с.
2. Аналіз та управління бізнес процесами : підручник. Київ : Університет ІТМО, 2016. 112 с.

**Мальченко М. К.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ІННОВАЦІЇ В ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ  
СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасний світ являє собою світ динаміки та швидкості. Для того, аби в ньому виживати, необхідно постійно змінюватись разом з ним та здобувати нові навички, вміння, знання. Крім того, необхідно ними розумно користуватись та вміти застосовувати на практиці.

Економіка на сьогоднішній день настільки швидко розвивається та змінюється, що підприємства змушені постійно еволюціонувати, щоб успішно функціонувати на ринку, вміло та гідно конкурувати з іншими суб'єктами, виходити на лідируючі позиції. Продукція, що виготовляється фірмою, повинна враховувати усі можливі побажання покупців та можливості підприємства якнайкращим чином та приносити найбільшу вигоду для виробника.

Зазвичай, місце виготовлення та місце споживання продукту не співпадають за часом, та процеси ці не наслідують один одного. Усунення складнощів, які виникають на цьому етапі, потребує значних коштів. Також ефективна збутова діяльність не тільки впливає на об'єм отриманого фірмою прибутку, але й формує образ, імідж, компанії у споживачів, який також впливає на його діяльність. Саме через це правильна організація та управління збутом є одним з найбільш важливих елементів системи взаємодії підприємства та споживача, як суб'єктів економічних відносин.

Питанням аналізу, планування й оптимізації збутової діяльності підприємства присвячені роботи багатьох авторів, як закордонних, так і вітчизняних. Цей факт підкреслює важливість цієї ланки у загальній системі маркетингу. Велика увага розробці проблеми управління збутовою діяльністю та організацією збуту взагалі приділене А.А. Мазаракі, П.І. Белінським, А.І. Гребневим та іншими.

Перш за все, необхідно добре розуміти, як саме науковці визначають поняття «збут». Деякі, наприклад, Л.В. Балабанова, розглядає збут як «процес фізичного переміщення товару» й ототожнюють його з поняттями «розподіл» і «товарорух» [1]. Так, П.І. Белінський ототожнює поняття «збут» та «збутова діяльність» й зазначає, що «суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання прибутку» [2].

На сьогоднішній день форми збуту є цілком сформовані, тобто можливим є використання будь-якої організаційної структури збутової діяльності, але при цьому дуже важливо враховувати особливості та умови існування та функціонування підприємства.

Перш за все, необхідним є планування збутової політики: визначення каналів та пропорцій, в яких буде здійснюватися збут товарів; визначити та врахувати наявність (відсутність) посередників у ланці збуту; вибір методів ведення збуту; розробка рекламної компанії; утворення логістичної системи збутової діяльності та безпосередній контроль за дотриманням визначеного механізму.

В свою чергу, організована система збуту не повинна бути громіздкою та складною. Вона повинна мати оптимальний склад суб'єктів (учасників) та зрозумілі логістичні потоки, аби легко та своєчасно можливо було виявити відхилення (недоліки) та швидко прийняти заходи щодо їх усунення з мінімальними

втратами. Для цього досліджують показники збутової діяльності, що безпосередньо впливають на роботу компанії, а їх аналіз показує складнощі, що виникають.

Організація збуту визначається основними факторами: факторами ринку (кон'юнктурою ринку, характером попиту та тенденцією розвитку, характером споживання тощо); характером та рівнем конкуренції; факторами товару (асортимент товару та основні його властивості, строк придатності, ціна, життєвий цикл); факторами підприємства та його збутової системи (фінансові-ресурсні аспекти діяльності компанії та її потенціал; конкурентні, організаційні та функціональні можливості системи збуту та економічність – альтернативність посередників) [3].

Збутова діяльність, як було зазначено вище, є важливим аспектом діяльності усього підприємства. Оскільки вона направлена на підвищення ефективності усього підприємства, їй необхідно приділяти достатньо уваги задля забезпечення стабільного функціонування, підтримання стабільного становища та конкурентних переваг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Боярська М.О. Управління інноваційними процесами на підприємствах: особливості реалізації / М.О. Боярська // Економіка підприємства та управління виробництвом. – 2011. – №4. – С.112-116.
2. Богданович О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу / О. Г. Богданович // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1.
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.

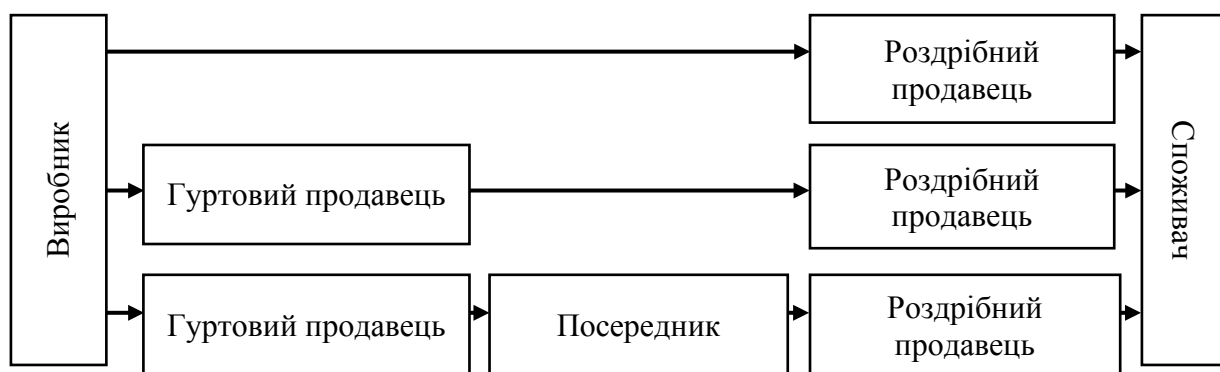


**ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ПАРАДИГМА  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Інноваційна активність в сфері маркетингу є визначальним чинником та рушійною силою розвитку підприємств в умовах зростаючого ризику ефективності господарської діяльності та високого рівня конкуренції. Інноваційний маркетинг – це, насамперед, парадигма економічного розвитку у разі правильно обраного курсу, тобто, частина стратегічного плану будь – якої організації. Така діяльність поділяється на декілька чинників успіху:

- розробка нового товару чи послуги, зміна технології їх виробництва,
- пошук нових ніш, ринків та сегментів.

Стосовно розробки стратегії продажу нових товарів за допомогою зміни технології їх виробництва, то така діяльність, що є впровадженням інноваційного маркетингу на підприємстві, повинна визначати найкращу комбінацію роботи з кінцевими споживачами, роздрібною торгівлею, торговими агентами і оптовиками. На рис. 1 зображені канали збуту споживчих товарів [1].



**Рис. 1. Канали збуту споживчих товарів [4]**

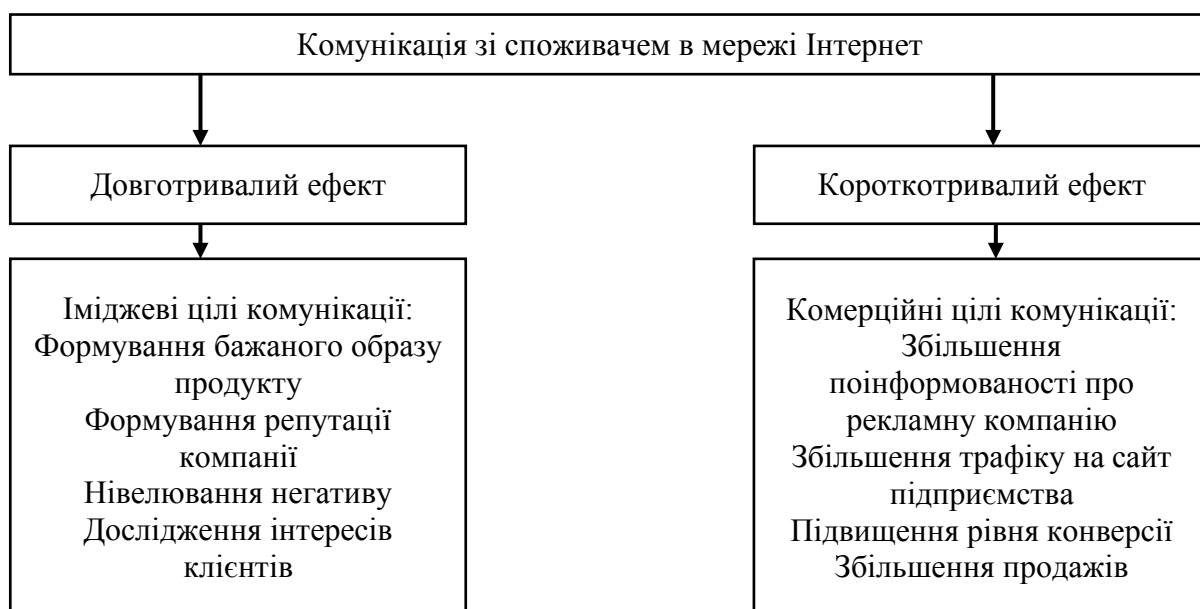
Щодо пошуку нових ніш, ринків та сегментів, то цей чинник інноваційної діяльності підприємства насамперед необхідно впроваджувати на площині веб-простору

(сайт компанії) та за допомогою розробки якісного мобільного контенту (соціальні мережі), тобто впровадження краудтехнологій [2].

Таким чином, виникає необхідність врахування означеної специфіки дій, які мають два напрями :довготривалий та короткотривалий ефект (рис. 2).

Важливим є те, що така специфіка вимагає нової оцінки ефективності маркетингових комунікацій на теренах мережі. Таким чином, у просуванні за допомогою краудтехнологій значно складніше оцінити ефективність комунікації [2].

Для того, щоб оцінити ефективність інноваційного маркетингу на теренах мережі Інтернет підприємства необхідно сформулювати набір показників, що будуть досліджені. Через специфіку інноваційної діяльності організації виникає необхідність розробки показників, що враховуватимуть особливості функціонування маркетингової інформації у мережах [1]. У даному випадку доцільним є застосування КРІ – системи показників ефективності за функціями мережевої інформації [2].



**Рис. 2. Види ефектів від комунікації зі споживачем на основі краудтехнології [3]**

Така система показників ефективності поділяється таким чином: ефективність сприйняття інформації, обмін інформацією, конверсія – мають технічний характер, показник продажів – економічний зміст діяльності.

Отже, впровадження інноваційних рішень таких як:

- поліпшення продукту підприємства;
- освоєння краудтехнологій.

Які слугують важливою ланкою при використанні комплексу заходів інноваційного маркетингу дозволить створити нову парадигму успіху економічного розвитку компанії [3].

**Список використаних джерел:**

1. Андрушків Б.М. Інноваційна політика: [навчальний посібник] / Б. М. Андрушків, Ф. В. Бортняк, Ю. Я. Вовк та ін. ; за заг. ред. Б. М. Андрушківа. – Тернопіль: ТзОВ «Терно-Граф», 2013. – 484 с. – ISBN 978-966-457- 131
2. Краудворкінг: скільки можна заробити, сидячи вдома? BBC: веб-сайт. URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909\\_crowdworking\\_money\\_uk](https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_crowdworking_money_uk)
3. Рзаєв Г. І. Фінансовий потенціал підприємства та напрями його оцінки / Г. І. Рзаєв, О. В. Жовтківська // ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2014. – Том 19. С. 49–55. – Режим доступу: [http://visnykonu.od.ua/journal/2014\\_19\\_2\\_4/10.pdf](http://visnykonu.od.ua/journal/2014_19_2_4/10.pdf)
4. Малюта Л. Інноваційна політика як основа підвищення міжнародного конкурентного статусу національної економіки [Електронний ресурс] / Л. Малюта, Т. Лібусь // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1 – С. 141-150. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13mlsne.pdf>.
5. Гринько Т.В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг / Т.В. Гринько, О.С. Максимчук // Науковий журнал «Проблеми економіки». – 2015. – №1. – С. 255-260.

**Мешко Д. О., канд. екон. наук Кучеренко С. К.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ІННОВАЦІЙНУ  
ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЙ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ**

У сучасних умовах динамічного розвитку бізнесу, для того, щоб посісти передові позиції на ринку, необхідно бути інноваційним, конкурентоспроможним, актуальним підприємством, готовим до творчих рішень та не стандартних підходів до управління командою та системою в цілому. Чимало чинників як внутрішніх (технології, якість сировини, персонал, система управління), так і зовнішніх (ринки збуту, споживачі, конкуренти, державне регулювання, соціально-

культурний простір, глобальні виклики) впливають на роботу та модернізацію підприємств та організацій.

Звичайно, якість і ефективність інноваційних процесів, які здійснюються на рівні суб'єктів ринку, залежить від підготовки кадрів (наноуровень), від розвитку інфраструктури в регіоні (мезорівень), від форм міжрегіонального та міжнародного співробітництва (макрорівень), які формуються під впливом інтеграційних процесів, міжнародного поділу праці та проникнення ТНК (гіпер рівень), а також створення глобальних ринків високих технологій (глобальний рівень).

Інтенсивність науково-дослідних робіт і їх комерціалізація визначають рівень економічного розвитку суб'єктів ринку. Тому успіх у глобальній конкуренції тих або інших компаній прямо пов'язаний з державною науково-технічною політикою країн їх базування. У глобальній економічній конкуренції виграють ті країни, які забезпечують сприятливі умови для наукових досліджень і науково-технічного прогресу.

На сучасному етапі глобальними трендами, які докорінно змінюють напрямки розвитку суб'єктів ринку, є: промислова революція, цифровізація економік та криза 2020. Ці глобальні виклики призводять до значних структурних зрушень на ринках, потребуючи значної модернізації методів і форм використання ресурсів на всіх рівнях інноваційної системи.

Чимало країн світу вже розпочали свій шлях в 4-ій промисловій революції. Платформи, подібні німецькій Industrie 4.0, існують в різних країнах. США давно, хоча й з меншим втручанням держави, розвивають напрямок цифровізації бізнесу у всіх сферах. В промисловій автоматизації їх ініціатива Industrial IoT (IIoT) давно об'єднала десятки відомих брендів в консорціумі з такою ж назвою [1]. Франція запустила на державному рівні подібну ініціативу The Industry of the Future [2], яка містить 34 ініціативи, направлені на різні сфери економіки країни. Україна має свої потужні ініціативи Проект Національної стратегії Індустрії 4.0 [3] та Стратегію цифровізації економіки України [4].

### **Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

---

В умовах інтенсивного формування цифрового середовища інноваційний процес – це єдина інформаційна мережа, яка поєднує людей, ідеї та об'єкти ринку таким чином, що створюються ефективні й довгострокові організації та технології, які розвиваються у глобальному просторі і часі. Управління інноваціями передбачає формування відповідної цифрової системи комунікацій, тобто форм і методів управління інноваційною діяльністю, які значною мірою визначаються характером здійснюваних нововведень.

Згідно висновків аналітиків [5], конкурентно-стабільна та стійка робота підприємств пов'язана з їх ринковим оточенням та ланцюгами постачань. Тому в умовах цифровізації бізнесу, важливим є блок технологій, які стосуються саме діджиталізації supply chain та всього, що пов'язано з швидкою та гнучкою реакцією на зміни зовнішнього середовища. Відповідно, повна та ще глибша автоматизація та інтеграція процесів по горизонталі, що супроводжується використанням блокчейн, IoT, просунутої аналітики даних, 5G (в перспективі) тощо. Наприклад, успішним досвідом в Україні є рішення Інтерпайп щодо системи SmartSigny, яка стосується е-логістики, або рішення по прогнозу споживання електроенергії від aGnostic, які базуються на продуктивній аналітиці, що впроваджена вже в багатьох українських холдингах. Всі фізичні активи буде інтегровано до цифрової екосистеми разом з партнерами, які беруть участь у ланцюжку створення вартості.

Хоча неможливо точно визначити, якою буде економічна шкода від глобальної кризи 2020, викликаною пандемією коронавірусу COVID-19, серед економістів існує загальна думка, що це матиме серйозні негативні наслідки для світової економіки. Ранні оцінки передбачали, що, якщо вірус стане глобальною пандемією, більшість найбільших економік втратять щонайменше 2,4 відсотка вартості свого валового внутрішнього продукту (ВВП) протягом 2020 року, що змусить економістів вже знизити прогнози зростання глобальної економіки на 2020 рік приблизно з 3,0 відсотка до 2,4 відсотка. Щоб поставити цю цифру

в перспективі, у 2019 році світовий ВВП оцінювався приблизно в 86,6 трлн дол. Однак ці прогнози були зроблені до того, як COVID-19 став глобальною пандемією, і до введення широко розповсюджених обмежень на соціальні контакти, щоб зупинити поширення вірусу. З тих пір світові фондові ринки зазнали різкого падіння через спалах, і Dow Jones повідомив про своє найбільше за весь час падіння майже на 3000 пунктів 16 березня 2020 року – побивши свій попередній рекорд у 2300 пунктів, який був встановлений лише за чотири дні раніше [6].

2020 рік, безсумнівно, став викликом для керівників підприємств та їх команд. Це також проілюструвало зростаючу важливість гнучкості. Для багатьох організацій здатність перетворюватись і залишатися актуальною була різницею між виживанням та вимиранням. Це завдання триватиме і в 2021 році.

COVID-19, безумовно, прискорює процеси діджиталізації по всіх напрямках. Найбільше це стосується технологій для дистанційного контролю-керування, забезпечення соціальної дистанції та інших вимог, які є досить очевидними для негайного прийняття викликів карантинних обмежень. Відповідно сюди відносяться мобільні та хмарні технології, ІоТ, кібербезпека, MES, EAM/APM.

Таким чином, глобальне цифрове середовище має характерні ознаки, по-перше, учасниками процесу є країни, транснаціональні компанії, міжнародні організації; система зв'язків між ними це глобальна мережа; структура інноваційного процесу охоплює елементи, які мають міжрегіональні, міжнародні, національні, корпоративні та інші характеристики. По-друге, розвиток інноваційної діяльності супроводжується формуванням нових інтегрованих мережних структур, які об'єднують міжнародні, міждержавні та міжрегіональні організації. По-третє, найбільш вагомими елементами інноваційної діяльності всіх рівнів є люди з їх творчим потенціалом. Інтелект персоналу став головним фактором одержання конкурентних переваг країн та компаній на глобальних ринках світу. Створюються організації, які здійснюють пошук кращих фахівців

на міжнародному ринку праці, їх підготовку, формують творче середовище тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Cooperation between Plattform Industrie 4.0 and Industrial Internet Consortium // Режим доступу до ресурсу: <https://www.plattform-i40.de/PI40/Redaktion/EN/PressReleases/2016/2016-03-02-blog-iic.html;jsessionid=5C6273C8D5A313361A379FFB373F60BF>
2. The Industry of the Future// Режим доступу до ресурсу: [www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/pk\\_industry-of-future.pdf](http://www.economie.gouv.fr/files/files/PDF/pk_industry-of-future.pdf)
3. Проект Національної стратегії Індустрії 4.0// Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/HP/AppData/Local/Temp/strategy%204.0%20VF\\_new\\_version7.02.pdf](file:///C:/Users/HP/AppData/Local/Temp/strategy%204.0%20VF_new_version7.02.pdf)
4. Україна 2030// Режим доступу до ресурсу: <https://www.slideshare.net/UIFuture/digital-strategy-2030-145529503>
5. Світові тенденції Індустрії 4.0 на 2021 та їх вплив на Україну // Режим доступу до ресурсу: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2021/01/07/worldwide-trends-in-industry-4-0-and-their-impact-on-ukraine-in-2021/>
6. Impact of the coronavirus pandemic on the global economy – Statistics & Facts [Електронний ресурс] // Statista. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.statista.com/topics/6139/covid-19-impact-on-the-global-economy/#dossierSummary\\_\\_chapter1](https://www.statista.com/topics/6139/covid-19-impact-on-the-global-economy/#dossierSummary__chapter1).

**Морока Д. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЗВИТОК СТАРТАП–ЕКОСИСТЕМИ  
В УКРАЇНІ**

На сьогоднішній день постає гостре питання щодо аналізу наявності та розвитку стартап–екосистеми як в Україні, так і в інших країнах, з якими ми маємо економічні та політичні зв'язки. Необхідно зазначити, що стартап–екосистема як і будь-яка інша екосистема на планеті являє собою єдність об'єктів та суб'єктів на внутрішньому та зовнішньому ринках, при цьому має свої правила і закони, яких необхідно дотримуватися, щоб залишитися конкурентоспроможним та витримати вплив різних факторів при веденні підприємницької діяльності.



Дану проблематику, та всі її теоретичні та практичні аспекти, раніше вже розглядали у своїх дослідницько-наукових роботах такі вітчизняні на закордонні економісти: В.С. Пікуль, Д.Ю. Збанацький, О.А. Мацевич, М.Р. Барабаш, О.В. Марченко, Ф. Лалу, П. Тіль, Н. Івашова, А. О. Касич [1], С. Бланк, Б. Дорф, Е. Райз та багато інших.

Для більш чіткого розуміння, що з себе представляє стартап – екосистема, можна згадати усім відому Кремнієву долину у США. Це місце, яке увібрало в себе найталановитіших кадрів Штатів, які живуть інноваційними технологіями та новітніми проектами. При цьому в країні існує колосальна кількість фондів, які готові інвестувати свої кошти у будь-який креатив та ідеї науковців даної стартап–екосистеми. Таке відношення до інноваційного розвитку дозволяє США займати лідируючі сходинки серед інших країн у гонитві за першістю у стартап–індустрії.

Наша країна ще зовсім молода у плані впровадження та розвитку стартап–екосистеми на свої теренах. І на це є кілька причин, до яких можна віднести: відтік кваліфікованих кадрів за кордон. Так, наприклад, велика кількість ІТ-спеціалістів знаходять собі роботу у європейських технологічних компаніях, через більш високу заробітну плату та якісніші умови для праці. І лише одиниці залишаються в Україні, щоб реалізувати власну бізнес-ідею, та зробити свій внесок у розвиток стартап–екосистеми; недостатнє фінансування зі сторони держави. Більшість розвинутих країн у світі інвестують мільярди доларів у розвиток стартап–екосистем, це пояснюється розумінням соціально-економічного внеску для покращення життя населення та отриманням відсотків від прибутку тої чи іншої компанії.

Виходячи з цього, на даний момент в Україні не зовсім сприятливі умови для розвитку стартап–екосистеми, через катастрофічну нехватку фінансових коштів для нормального життя населення, уже не кажучи про інвестування



у стартап–проекти та відсутність певної концентрації професіональних кадрів, які зацікавлені у розробці нових ідей та не орієнтуються на прибуток у короткій перспективі. Також, слід звернути увагу на те, що влада не створює сприятливі умови для виживання бізнес-стартапів, інвестування у розвиток мікро- та малого бізнесу та впровадження програм розвитку та підтримки [1, с. 30]. Свою роль відіграла пандемія коронавірусу, яка викликала макроекономічну нестабільність, яка гостро вдарила по всім суб'єктам підприємницької діяльності в країні.

Таким чином, Україна тільки розпочинає свій шлях як інноваційно конкурентоздатна країна, яка має свій потенціал для реалізації креативних та прибуткових бізнес-ідей у вигляді стартап–екосистеми. Є низка чинників, яка заважає впевнено рухатися уперед та розвиватися в обраному напрямку, проте найголовнішим фактором є усвідомлення проблематики та знаходження рішень щодо її подолання. До них необхідно віднести: сприяння держави у розвитку стартап–екосистеми в Україні; впровадження низки програм для підтримки мікро- та малого бізнесу у своїй господарській діяльності та впровадженні нових бізнес-ідей; скорегувати нормативно-правову базу (врахування інтересів стартапів) щодо спеціальних пільгових режимів [1, с. 30]. Та, звичайно ж, впроваджувати й надалі фінансову та економічну освіту у студентів країни щодо стартапів та правильної реалізації бізнес-ідей у короткий період та на довгострокову перспективу, що дозволить розвивати дану сферу економіки й надалі.

**Список використаних джерел:**

1. Касич А.О. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід / Касич А.О., Джура А.М. // Журнал “Інвестиції: практика та досвід”: Економічна наука . Миколаїв: ТОВ "ДКС – Центр". 2019. №2. С. 24–31.

Муха Д. Г.

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ  
В РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Термін «інтелектуальний капітал» складається з поєднання двох рівнозначних понять «інтелектуальний» і «капітал», у зв'язку з чим доцільно виділити сутнісні характеристики останнього, які будуть відігравати значущу роль для цілей створення авторської методології управління і виділяти ті особливості, які суттєво відрізняють його від інших видів капіталу. Будь-який капітал являє собою товар, що в рамках дослідження теоретичної сутності інтелектуального капіталу виражається в можливості його придбання і реалізації як товару, як атрибуту компанії при продажу бізнесу, а також в ряді випадків окремих його елементів: висококваліфікованих співробітників як носіїв знань, торгових марок як елементів капіталу бренду, купівельного капіталу, який може бути притягнутий шляхом істотних знижок або відстрочки платежу та ін. При цьому окремі атрибути компанії (корпоративна філософія, корпоративна культура) не можуть бути реалізовані окремо від компанії в цілому і представляють такі елементи інтелектуального капіталу, які забезпечують отримання доходу лише за умови їх ефективної капіталізації.

У сучасних умовах ринкової економіки все більшого значення для підприємств набувають економічні трансформації, пов'язані з інтенсивним надбанням і використанням інтелектуального капіталу. Розглянувши роботи вчених-економістів, можна сказати, що інтелектуальний капітал є стратегічним чинником розвитку сьогочасних підприємств. Він є відносно сучасним поняттям, отже в економічній літературі немає чіткості у визначенні цієї категорії. Це поняття іноді порівнюють з людським капіталом та потенціалом, інтелектуальним надбанням, інтелектуальними активами.

Зараз інноваційна активність організацій в Україні залишається на рівні 10-11%, вага інноваційних товарів і послуг в сукупному обсязі відвантажених товарів

і робіт становить всього 1,5%. У закордонних країнах частка інноваційних товарів в загальному обсязі їх випуску сягає 20-45% [1].

Інтелектуальний капітал являє собою вартість, яка зростає сама, тобто його примноження при досягненні критичних значень здатне експоненціально збільшувати доходи компанії. При цьому важливими властивостями елементів інтелектуального капіталу є значний взаємний вплив і виникає синергія, яка посилює вплив інтелектуального капіталу в цілому на доходи компанії. Так, накопичені знання про стан ринку, досвід роботи в обраній сфері, наявність компетенцій у співробітників можуть істотно збільшити клієнтський капітал, який, своєю чергою, і є джерелом додаткових доходів. Синергія від взаємодії елементів інтелектуального капіталу – знань, досвіду співробітників і бренду компанії – може стати основою випереджального зростання клієнтського капіталу фірми.

Досвід, знання і кваліфікація співробітників безпосередньо впливають на формування інших видів капіталу. Водночас він виступає у якості чинника, що стимулює розкриття творчого потенціалу і здібностей окремих працівників, визначаючи особливу середу їх взаємодії в процесі виробництва. Також репутаційний капітал надає опосередкований вплив на людський капітал компанії, через те, що він визначає необхідність зростання капіталу знань, професійних компетенцій для задоволення потреб клієнтів і збереження іміджу компанії. Інфраструктурний капітал, серед інших факторів, впливає на формування репутаційного капіталу. Корпоративна культура як елемент інфраструктурного капіталу опосередковано впливає на людський капітал через систему стимулів, мотивації та ін. Таким чином, людський капітал відіграє визначальну роль в формуванні інтелектуального капіталу, що частково підтверджує гіпотези деяких авторів, зокрема американського дослідника Д. Ульріха [2]. Однак в такому випадку не йдеться про ототожнення двох понять – інтелектуального капіталу і людського, бо останній являє собою якийсь потенціал, який при наявності й ефективному використанні інших компонентів інтелектуального капіталу може брати участь у формуванні доданої вартості продукту і підвищення ринкової вартості суб'єкта економіки. При цьому наголошується посилюється роль репутаційного капіталу

як джерела формування надприбутків і істотного підвищення вартості компаній внаслідок широкої популярності бренду, довіри клієнтів, які є ключовим джерелом отримання доходу.

Стійкі конкурентні переваги та примноження цінності підприємства в теперішньому світі першою чергою визначаються наявним інтелектуальним капіталом. Але не тільки сформування інтелектуального капіталу як запоруки ринкової стійкості є першочерговим завданням підприємства, яке потрібно зробити першочергово, але й управління ним, оскільки інтелектуальний капітал є тим, на чому тримається утворення доданої вартості. Підприємства, які використовують інтелектуальний капітал чинником виробництва, дотримуються основних положень вдалого управління ним, а також розробляють процедури ідентифікації присутнього інтелектуального капіталу, націлення його впливу на всі напрями діяльності, безпосереднього управління та звітності.

**Список використаних джерел:**

1. Козирев А. Н. Інтелектуальний капітал: нова парадигма оцінки бізнесу і нематеріальних активів / А. Н. Козирев. – М. : ВНИИЦ, 2004.
2. Дудяшова В.П., Кіпень Н.А. Погляд на інтелектуальний капітал з позиції економіки знань.

**Петьков В. Л.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ  
РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПТАХІВНИЦТВА**

Птахівництво в Україні займає лідируючі позиції серед інших видів сільгосп-виробництва з точки зору конкурентоспроможності та економічної ефективності господарювання. Про це свідчать статистичні дані, що відображають тенденції зростання виробництва і реалізації продукції птахівництва протягом останніх років. Зокрема, в 2019 р. приріст виробництва курячих яєць порівняно з 2018 р.

### **Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

склав 3,35%, з 2017 р. – 7,6%, збільшується і поголів'я птиці, в 2019 р. воно налічувало 253 млн. голів [1].

Більш того, наша країна починає активно виходити на міжнародні ринки, так, в 2019 році українська частка у світовому виробництві курячих яєць склала майже 1,5% і Україна посіла 11 місце в рейтингу світових виробників курячих яєць. Експорт яєць (в натуральному вимірі) в 2019р. перевищив показники 2018 р. на 27%, в 2018р порівняно з 2017р – на 21%. Майже 85% українського експорту курячих яєць забезпечують такі країни Африки, як Ірак, Катар, Ліберія, Сьєра-Леоне [1]. Зважаючи на дані ООН, за якими дефіцит білка у харчування населення планети складає приблизно 25 млн. тон на рік, а в країнах Азії та Північної Африки це надто актуальна проблема, наша країна має потужний експортний потенціал з даною продукцією, що є безперечним стимулом для розвитку вітчизняного виробництва цієї продукції.

Одним із вагомих факторів підвищення інвестиційної привабливості галузі є високий рівень прибутковості виробництва. Отже, не втрачають актуальності наукові дослідження та розробки прикладного характеру, спрямовані на пошук шляхів підвищення рентабельності птахівництва.

Птахівництво є специфічною галуззю сільгоспвиробництва, яка відрізняється наукоємністю, матеріаломісткістю, енергоємністю та складністю і безперервністю виробничого процесу, який піддається вдосконаленню шляхом механізації, автоматизації, електрифікації та впровадження інноваційних розробок, що чинить безпосередній вплив на рівень рентабельності птахівництва.

Птахівництво як галузь сільгоспвиробництва ефективно реагує на інтенсифікацію виробництва, що дозволяє забезпечити розширене виробництво шляхом впровадження передових технологій та інновацій

Інновації в агробізнесі, в тому числі й у птахівництві можна поділити на чотири наступні типи:

- селекційно-генетичні;
- виробничо-технологічні;

- організаційно-управлінські;
- економіко-соціально-екологічні.

Селекційно-генетичні інновації можна є наслідком фундаментальних науково-теоретичних та прикладних досліджень.

Виробничо-технологічні інновації полягають у впровадженні нововведень у виробництво аграрно-продовольчої продукції, які направлено на підвищення її якості; зниження собівартості, підвищення ефективності використання усіх видів ресурсів та потенціалу підприємства в цілому.

Економіко-соціально-екологічні інновації являють собою нововведення в систему соціальних, економічних та екологічних відносин в сільськогосподарській галузі.

Рентабельність в птахівництві залежить від продуктивності птиці, яка вимірюється середньорічною несучістю курок-несучок, затрат праці і вартості кормів на 1000 шт. яєць, ціни реалізації одиниці продукції.

Отже, найважливішими напрямками інноваційних впроваджень у птахівництві можна вважати:

- 1) біотехнології, – селекцію, генетику з метою виведення нових кросів курей, для підвищення їх продуктивності;
- 2) технічні – удосконалення існуючих і створення нових типів машин, механізація і автоматизація, впровадження нової техніки;
- 3) технологічні – удосконалення існуючих і впровадження нових технологій виробництва, транспортування, зберігання і переробки яєць.

Висока інноваційна активність в галузі птахівництва в значній мірі є наслідком інтенсивного науково-технічного розвитку підприємств матеріально-технічного та селекційно-племінного забезпечення птахівництва. До факторів, що сприяють поглибленню і прискоренню інноваційних процесів в птахівництва, відносять швидкий генетичний прогрес, хорошу адаптаційну здатність птиці, а також більш високий рівень транснаціоналізації галузі.

Отже, інноваційний розвиток птахівництва є частиною науково-технічного прогресу і являє собою процес постійного технічно-технологічного, селекційно-

племінної, організаційного та соціально-економічного вдосконалення виробництва продукції птахівництва та її переробки на основі досягнень науки, освоєння нової техніки і прогресивних технологій з метою підвищення ефективності виробництва для сталого забезпечення конкурентоспроможності та продовольчої безпеки країни.

Але, інноваційна діяльність в сфері птахівництва в нашій країні відстає від своїх зарубіжних конкурентів. Інституційні проблеми розвитку птахівництва в сучасних умовах роблять малоімовірною для вітчизняних птахівничих підприємств перспективу реалізувати активну інноваційну стратегію в формі технологічного лідерства.

**Список використаних джерел:**

1. Сайт державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Гринько Т.В. Інноваційний розвиток підприємств: фактори та оцінка. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць*. Випуск 11. Київ: ТОВ «Видавничо-поліграфічний дім «Формат», 2012. С. 80-86.
3. Гринько Т.В., Максимчук О.С. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки сучасного підприємства. *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.

**Пономаренко Л. Р., канд. екон. наук Яковенко В. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СТАРТАПИ У HR СФЕРІ ЯК РИЗИК АБО ЗАСІБ  
ВИРІШЕННЯ ВПЛИВУ ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРУ**

HR, за визначенням, є професією людей і саме люди керують бізнесом, проте це дуже гостре питання втручання «особистого» сприймання інформації та накладення власного досвіду та світогляду на проблему компанії. Особисте у даній галузі майже цілком нівелюється з цифровою трансформацією, оскільки нове покоління hrtech-стартапів забезпечує конкурентну перевагу для роботодавців у битві за залучення та утримування найцінніших кадрів.



Ринок людських ресурсів на сьогодні є майже стабільним, але на ньому зараз відбувається багато «проривних» змін, які змінюють сам тип ринку та підходи до формування запитів та задоволення них. Одним з прикладів таких компаній є «Credly». Дана платформа дає організаціям можливість залучати, розвивати і утримувати таланти за допомогою аналітичних даних на основі, що надаються «Credly» для усунення прогалин у навичках і виявлених можливостей. Компанія була заснована в 2012 році генеральним директором Джонатаном Фінкельштейном, який раніше був співзасновником двох інших компаній у сфері робочої сили і навчання, LearningTimes і HorizonLive, які були придбані Blackboard в 2010 році. На сьогоднішній день Credly залучила 20 мільйонів доларів від інвесторів, серед яких провідні соціальні та венчурні компанії, великі державні компанії, стратегічні партнери і некомерційні організації [1].

Протягом багатьох років системи управління персоналом представлялися як «єдині системи обліку». Але цей підхід вже застарів. На сьогодні у більшості компаній є багато «систем обліку», і вони пов'язані між собою через систему корпоративної аутентифікації, яка часто доповнюється можливостями для зберігання історичних даних. Ідеалом стає новий набір програмного забезпечення, який називають ще порталом самообслуговування HR, для створення кар'єрного шляху співробітників. Цей новий ринок – ринок «платформ для розвитку досвіду співробітників» є основним шляхом для розвитку підрозділів у найбільших компаніях світу [2].

В даний час рекрутинг є найбільшим ринком, що використовує штучний інтелект. ШІ допомагає вдосконалювати такі області, як джерела підбору, оцінка персоналу, співбесіду, управління досвідом і інші. Команди рекрутерів, так само як і інші співробітники HR-відділу, виступають в ролі системних інтеграторів, але це саме те, чого поки не здатна робити жодна платформа.

Саме тут постає ризик втрати інформації, порушення конфіденційних даних та поява можливості крадіжки інформації конкурентами. Також важливим питанням постає точка відповідальності, тобто де починається та закінчується



зона відповідальності для компанії та її робітника. Є три елементи розуміння відповідальності компаній з проривними бізнес-моделями:

1. Хто несе відповідальність за дії робітників?
2. Хто відповідає за активи і послуги, що надаються через посередників?
3. Коли роботодавці несуть відповідальність за працівників в їх службі?

Щоб відповісти на дані питання, необхідно розуміти та виконувати контрольний тест, чи є у об'єкта–співробітника доступ до певного рівня інформації і тому він несе відповідальність за дії. Контрольний тест прояснює, в якій мірі підприємство має контроль над діями, яку робітник виконує, а також в якій мірі контролює сам метод чи спосіб, яким це виконано.

Також є різновид проблеми, що робітники, які використовують яку–небудь онлайн платформу не несуть відповідальності за інформацію та її потенційну втрату, а несе сама платформа.

Кожна компанія визначає для себе певний рівень нормативного – «дозволеного» ризику. Визначення його є важливим процесом, але з використання різних платформ процес оцінки лише ускладнюється. А якщо оцінювати даний ризик, як складову бізнес–моделі, то вона має бути дуже гнучкою та вміти змінюватися за декілька тижнів, що для світових гігантів є дуже коротким терміном. Так для них додатковою проблемою може стати не лише гнучкість системи загалом, але і додаткові «статуси» та стандарти, які будуть необхідні при використанні вищезгаданих технологій.

Наприклад, Європейський суд у 2017 році постановив, що глобальну транспортну мережу, слід розглядати як транспортну компанію, а не посередника. Це означає, що організації, можливо, доведеться стикнутися з додатковими стандартами, дотримуючись різних правил, і потенційно змінювати свою бізнес–модель. [3]

Як висновок можна сказати, що компанії, які бачать себе, в першу чергу як постачальників технології мають самі нести відповідальність за багато інших ризиків, які вони не могли передбачити, особливо в строго регульованих

секторах, такі як: фінансові послуги, охорона здоров'я і наука. Проте організації націлені співпрацювати з галузевими асоціаціями, провидити соціальні та політичні дослідження. Однак головним чинником успіху для таких компаній – є вміння попередити ризик, побачити, що сектори, у яких відбуваються зміни можуть стати потенційним тригером до зміни загальних тенденцій цілої економіки.

**Список використаних джерел:**

1. Статистика світового журналу «Forbes» «Scale Beyond Comprehension». [Електронний ресурс] Електронний доступ: «[https://www. forbes.com/sites/benkepes/scale-beyond-comprehension-some-awsnumbers](https://www.forbes.com/sites/benkepes/scale-beyond-comprehension-some-awsnumbers)».
2. Стаття «Tech Crunch. AWS Still Owns the Cloud». [Електронний ресурс] Електронний доступ:«<https://techcrunch.com/2017/02/02/aws-still-owns-the-cloud>».
3. Стаття «The Verge. «Uber should be treated as a transport company, EU advisor says». [Електронний ресурс] Електронний доступ: «<https://www.theverge.com/2017/5/11/15621714/ubereuropean-court-ruling-transport-service>».

**Русан О. О., Чорна А. Г.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ВПЛИВ ДЕРЖАВИ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ  
В УКРАЇНІ**

Визначною характеристикою виробничих, науково-технічних, соціально-економічних та інших процесів є інноваційність держави. Для України дуже важливо розуміти принцип роботи механізму впровадження інновацій заради, щоб надати відповіді на такі питання: чи буде дана країні в списку розвинутих, можливий науково-технічний прогрес при стагнуючій економіці. В наш час відбувається всесвітній перехід від відтворювального до інноваційного розвитку країн, викликане суспільними закономірностями.

На сьогодні Україна демонструє важливість розвитку власних інновацій для вирішення ряду нагальних питань, зокрема соціально-економічних і технологічних.

Структурні і технологічні зрушення в державі мають стихійний характер. Він проявляється за весь час незалежності. Основні механізми зростання концентруються в деяких галузях. Ці галузі займаються експортом сировинних матеріалів і товарів мінімальної обробки, а їх конкурентоздатність залежить від екстенсивної діяльності, тому їх інноваційність залишається на низькому рівні через відсутність причин вдосконалюватись. Це провокує низьку загальну економічну конкурентоздатність, перевищення імпорту над експортом високотехнологічних товарів, що мають дорогу вартість і загальне соціально-економічне відставання країни.

В Україні часто змінюються державні органи, що відповідають за впровадження і шлях інноваційного процесу і науково-технічного прогресу через конфлікти і несумісність з іншими політичними напрямками, в основному з політикою промислового розвитку. Дана політика оновлювалася 10 років, зазнали зміни методи і форми діяльності, і як результат – сильна взаємодія промислового бізнесу з країнами ЄС. Головне завдання це подолати розриви з країнами Європи і узгодити спільну або схожі політичні напрями в промисловості та інноваціях заради спільних інтересів.

З річних державних звітів очевидно те, що державна влада не приділяє достатньої уваги механізмам і органам ведення інноваційної політики. Законодавчі акти стосовно питань впровадження інновацій мають дуже низький рівень пріоритетності, і зазвичай це призводить до уповільнення введень редагувань інноваторської політики, та інколи до їх блокувань. Додаткова, але не менш важлива причина неефективності – це розрив науки, економіки і освіти. Потрібно змінити відношення щодо важливості і необхідності розгляду законодавчих актів питань інновацій, посилити зв'язок цих актів між собою за сенсом.

Поговоримо про впливу держави на інновації, як загального інституту змін і впроваджень. Держава не має втручатись безпосередньо в інноваційні процеси. Проте її основна задача – це створення зручного середовища фінансування та

інвестування в організації які займаються генерацією інноваційних процесів, підтримкою прав інвесторів, забезпечують захист унікальних ідей, товарів, розробок від незаконного привласнення (фактичного і юридичного). Це дуже важливо для національної безпеки і економічного розвитку, а також демонструє нашу державу як привабливий об'єкт для інвестування.

Створення, формування і затвердження інноваторської загальнодержавної стратегії передбачають помітні зміни в загальному плані розвитку України. Передумовою цього є важлива дискусія під час формування української стратегії розвитку і пошук зацікавлених сторін, які будуть і надалі формувати шлях інноваційного розвитку. Після фінальної стадії, а саме ухвалення цієї стратегії Верховною Радою, будуть створені кілька незалежних структур, які будуть працювати над спільними задачами – забезпечення гармонійного і нестагнаційного соціально-економічного та науково-технічного розвитку [1].

Держава може відігравати різну роль на різних етапах створення інноваційної системи. Й. Парк вважає, що на початковій стадії зародження національних інноваційних систем роль держави у фінансуванні наукових досліджень переважає; на наступній стадії розвитку досягається баланс між участю держави (або суспільного сектора) у фінансуванні інновацій та приватних інвестицій (або бізнес-сектора), що створює можливості вибору альтернатив подальшого розвитку; на третьому етапі, коли національна інноваційна система стає достатньо розвиненою, провідну роль у фінансуванні інновацій відіграє бізнес-сектор [2].

Фінансування науково-дослідної діяльності й комерціалізацію інновацій можуть здійснювати як ринкові інститути, так і інститут держави. Інституціональні практики фінансування інноваційної діяльності в Україні наразі не розвинені. У розвинених країнах інститут держави використовує переважно непрямі методи стимулювання інноваційної діяльності, а приватні інвестиції становлять найбільш високу питому вагу в загальному обсязі інвестицій у інновації [2].

Фінансизація економіки, зростання масштабів фіктивної вартості та ускладнення структури фінансового ринку породжує складну систему фінансових

інститутів, спричинює продукування дедалі більшого обсягу інноваційних фінансових інструментів, частина з яких призводить до накопичення дисбалансів і розвитку кризових явищ. У сучасній ринковій економіці важливу роль у продукуванні та комерціалізації інновацій відіграють спеціальні інститути інноваційного розвитку. В Україні функціонують інноваційні центри, науково-навчальні центри, інноваційні бізнес-інкубатори, центри інновацій і трансферу технологій, центри комерціалізації інтелектуальної власності, регіональні центри науки, інновацій та інформатизації, інноваційно-технологічні кластери, консалтингові фірми, венчурні фонди [2].

Комерціалізація інновацій є найбільш складним етапом інноваційного процесу. На цьому етапі необхідним є забезпечення широкого спектра доступних джерел фінансування процесу, спрямованого на досягнення економічного ефекту від реалізації науково-технічних чи соціальних інновацій. Але процес комерціалізації є досить ризиковим, тому тут доречні державні фінансові гарантії для комерційних банків, що надають кредити інноваційно орієнтованим суб'єктам господарювання, або розвиток тих видів фінансової діяльності, що мають цільову орієнтацію на досягнення високих прибутків за високих ризиків, зокрема венчурного фінансування. Венчурний капітал в Україні розвинений слабо, жоден з венчурних фондів не інвестує у розвиток технологій шостого технологічного укладу. Вітчизняне законодавство не приділяє достатньої уваги венчурному капіталу, законопроект "Про основні засади формування та регулювання ринку венчурного капіталу в Україні" на сьогодні остаточно не розроблено, робота з заснування національної венчурної компанії призупинена [3].

Основою прогресивних перетворень в Україні, важливою складовою економічних реформ, що в ній проводяться, має стати державна науково-технічна політика, насамперед запровадження дієвого механізму законодавчої та організаційно-економічної підтримки інноваційної діяльності взагалі, а також малого бізнесу, зокрема венчурного.

**Список використаних джерел:**

1. Казаков В.В. Организационно-финансовый механизм формирования и реализации инновационной политики экономических систем капитала URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105>
2. Гармашова О.П., Діняк О.А. Шляхи вирішення проблеми фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні // Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. Серія: Економіка і фінанси. – 2011. – с. 116.
4. Мацелюх Н.П., Дем'янчук Г.В. Фінансування та стимулювання комерціалізації інновацій в Україні: проблеми і шляхи вирішення // Наука та інновації. – 2014. – № 3. – С. 69–79.
5. Гринько Т.В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств. *Економіст*, 2010. – №2. – С. 56-58.
6. Гринько Т.В. Формирование механизма инновационного развития предприятия. *Инвестиции: практика та досвід*, 2011. №7. Квітень. С. 18-22.

**Рябук К. П.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ**

**РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СВІТУ**

Сферу торгівлі можна впевнено назвати одним з найважливіших середовищ впровадження інновацій, оскільки сьогодні, як ніколи, підприємству торгівлі (особливо роздрібної) важливо спостерігати за ринком з нових та різних ракурсів для дієвого застосування у своїй діяльності сучасних інструментів функціонування на ньому, а також формування ефективної системи відносин з покупцями. Основними напрямками впровадження інновацій на сучасних роздрібних торговельних підприємствах є: маркетинг, ІТ, інтернет-технології, формування сучасної матеріально-технічної бази, логістика, управління персоналом [1].

У звіті «Глобальні тренди роздрібної торгівлі» компанії Deloitte – міжнародній мережі, яка надає послуги у сфері консалтингу та аудиту – зазначено, що сукупний дохід від роздрібної торгівлі 250 найбільших світових ритейлерів в 2018 фінансовому році (з 1 липня 2018 року по 30 червня 2019 року) досяг 4,74 трильйонів

### **Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

---

доларів США проти 4,53 трильйонів у 2017 році. Однак цього разу доходи зростали повільніше: всього на 4,1% проти 5,7% у попередній період [2].

Топ-10 найбільших ритейлерів залишилися ті ж, що і роком раніше: Wal-Mart Stores, Costco Wholesale Corporation, Amazon, Schwarz Group, The Kroger, Walgreens Boots Alliance, The Home Depot, Aldi Einkauf GmbH & Co, CVS Health Corporation, Tesco PLC. Даний перелік свідчить, що в світовому ритейлі продовжують домінувати американські корпорації (7 з 10). Але інтернет-гігант Amazon і німецька Schwarz Group продовжують боротися за вершину списку, витісняючи конкурентів [2].

Американській мережі Wal-Mart вдалося втриматися на вершині завдяки ставці на електронну комерцію (e-commerce): вона інвестувала в цю сферу 5,4 мільярдів доларів США, і це дозволило їй наростити продажі в інтернеті на 40%. E-commerce є одним із трендів, які зберуться ще протягом довгих років [2].

В умовах масштабного поширення коронавірусу, компанії були змушені шукати нові шляхи взаємодії з урахуванням того, що соціальна дистанція стала нормою. Компаніям довелося змінювати методи ведення діяльності, щоб співробітники могли ефективно і безпечно виконувати свою роботу. Всі ці обставини зіграли на користь ринку e-commerce, тож незважаючи на закриття універмагів, товарами з найбільшою маржинальністю і сукупною рентабельністю (8,3% у 2018 році) виявилися одяг, взуття та аксесуари [2].

Таке явище як цінові війни виникло через те, що розвинені ринки наразі насичені торговими мережами, і жорстка конкуренція, яка панує між ними, обумовлює концентрацію ритейлерів на багатоканальних стратегіях і зручності споживача, тобто, на магазинах самообслуговування і онлайн-комерції. Інтернет-продажі особливо впливають на прибутковість компаній в тих країнах, де в структурі населення переважає молодь.

Тренд багатоканальності і зосередження на турботі про зручність покупця знаходить своє відображення в тому, що будь-який сайт торгової компанії повинен вміти адаптуватися під той гаджет, з якого споживач здійснює покупку. Крім цього, продавці мають бути впевнені, що вони можуть запропонувати



покупцеві будь-який зручний йому вид оплати і по можливості персоналізувати обслуговування. В іншому випадку, вони будуть втрачати клієнтів [3].

Ще одним популярним трендом e-commerce є представлення торгового бренду в соціальних мережах (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok), а також кооперація з популярними блогерами і замовлення у них реклами. Якщо враховувати, що в середньому 3 мільярди людей відвідують соціальні мережі щомісяця та мають можливість залишити там відгуки про той чи інший продукт, репутація компанії на таких онлайн-майданчиках має величезний вплив на успіх її торговельної діяльності. Таким чином, крім власного сайту, на якому компанія торгує своїми товарами, їй необхідно створювати сторінки в соціальних мережах і займатися прямими продажами і там [3].

Тренд на екологічність – це тренд майбутнього. Як показали дослідження, приблизно 65% споживачів звертають увагу на те, наскільки продукція екологічно чиста і придатна до повторної переробки. Торгові компанії можуть залучити цей сегмент споживачів, якщо будуть заявляти про себе як про бренд з чіткою екологічною позицією і будуть відповідати цьому іміджу, наприклад, відмовляться від упаковки своїх товарів в пластик і роздруківки чеків [3].

Експерти, що досліджують сферу роздрібною торгівлі, сходяться у своїх думках на тому, що перспективи світової економіки і роздрібною торгівлі не можна назвати визначеними. Через ту множину факторів, з якою зіткнулося людство у 2020 році, населенню, організаціям і органам влади необхідно буде знайти нові способи орієнтування в новому середовищі. Загальне економічне зростання, швидше за все, буде стриманим, але все-таки, завдяки розвитку e-commerce, це буде зростання. Згідно з дослідженнями компанії statista.com, до 2022 року світова виручка від онлайн-торгівлі зросте до 6,54 трильйонів доларів США [3].

**Список використаних джерел:**

1. Давимука С. А., Федулова Л. І., Попадинець Н. М. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія. Львів, 2016. 432 с.



2. Аналітика Deloitte: Глобальні тренди роздрібної торгівлі. URL: <https://allretail.ua/ru/analytics/64235-analitika-deloitte-globalnye-trendy-rozrichnoy-torgovli-na-2020-god>.
3. Тренди e-commerce – що очікувати в 2021 році? URL: <https://vc.ru/trade/177886-trendy-e-commerce-chto-ozhidat-v-2021-godu>.

**Рябук К. П.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА АВТОМАТИЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ  
ІНСТРУМЕНТ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Як відомо, присутність роботів на робочих місцях була передбачена вже багато років тому назад. Тепер, умови глобальної світової кризи, викликані епідеміологічною ситуацією в світі, нарешті змусили інтелектуальну автоматизацію зайняти постійне місце в повсякденних бізнес-операціях багатьох підприємств. Згідно з нещодавнім щорічним глобальним опитуванням керівників Deloitte (однієї з провідних організацій світу в галузі консалтингових та аудиторських послуг), 73% респондентів заявили, що їх організації встали на шлях інтелектуальної автоматизації: це є стрибком на 58% в порівнянні з показником 2019 року. Тобто, можна сказати, що кількість організацій, які впроваджують масштабну інтелектуальну автоматизацію, з 2019 року подвоїлася [1].

Не можна не погодитись, що з наявністю роботів на підприємствах пов'язано багато негативних упереджень та соціальних ярликів. Проте, роботи з впевненістю стали одним з основних напрямків розвитку підприємств багатьох областей. Через це фокус уваги перемістився з того, як люди сприймають інтелектуальну автоматизацію на робочих місцях, на те, як застосувати її з розумом і максимальною вигодою [2].

Безсумнівно, COVID-19 надасть довгостроковий вплив на те, як виконується робота, і це поширюється також на автоматизацію. З огляду на широко

поширену віддалену роботу і конфігурацію, необхідну для захисту робочих місць, підвищення автоматизації серед співробітників майже само собою зрозуміле. Треба зауважити, що більшість респондентів засвідчили, що колеса прогресу вже оберталися в їх компаніях, коли пандемія змусила їх переосмислити те, як виконується робота. З усіх респондентів 78% вже впроваджують роботизовану автоматизацію процесів, а 16% планують зробити це в найближчі три роки [1].

Для того, щоб організації могли успішно інтегрувати інтелектуальну автоматизацію у свій робочий процес, вони повинні спочатку визнати необхідність трансформації. Все повинно починатися з усвідомленого вибору того, чого вони хочуть досягти на основі своїх реальних можливостей. Це рішення потім використовується для формування надійної та реалістичної стратегії інтелектуальної автоматизації. Проте, щорічне опитування показало, що тільки 26% з усіх респондентів Deloitte, які тільки починають випробувати автоматизацію – і 38% тих, хто вже впроваджує і масштабує її протягом деякого часу – мають стратегію інтелектуальної автоматизації в масштабах всього підприємства [1].

Серед бар'єрів та перешкод, відповідно до відповідей респондентів за останні два роки стали: на першому місці – фрагментація процесів, на другому – недостатня готовність ІТ, на третьому – опір змінам, на четвертому – відсутність ясного бачення. Очевидно, лідерам бізнесу належить попрацювати над перетвореннями, які забезпечать безперервну та безперешкодну інтелектуальну автоматизацію [1].

Областю невикористаного потенціалу в процесі впровадження інтелектуальної автоматизації деяких підприємств є хмарні технології. Останнім часом вони отримують все більше визнання як майбутні технології, що забезпечують автоматизацію: майже половина респондентів вже використовують їх для деяких своїх завдань автоматизації, а 13% запускають автоматизацію виключно в хмарній інфраструктурі. Однак, 11% не планують використовувати хмарну інфраструктуру для рішень автоматизації, не зважаючи на її здатність йти в ногу з попитом [1].

Технології – не єдиний фундаментальний елемент трансформації. З введенням інтелектуальної автоматизації керівники повинні оцінити, яка частина їх співробітників зазнає зміни в ролях, завданнях і способах роботи. З опитаних організацій, що займаються впровадженням і масштабуванням, 58% ще не провели цієї оцінки. Такий короткозорий погляд на трансформацію може нівелювати ключову перевагу: об'єднання людей з автоматизацією для формування висококласних робочих груп. В цьому питанні необхідний всеосяжний підхід, тобто такий, який підвищує стійкість і адаптивність, при цьому в центрі уваги мають знаходитися люди [1].

Ті організації, які визнали людський аспект невід'ємним, навчають працівників, роботу яких зачепила автоматизація, і приділяють особливу увагу унікальним людським навичкам: 59% респондентів заявили, що їх організації зосереджені на процесних навичках, таких як активне слухання і критичне мислення. Більше половини респондентів проводять додаткові тренінги для співробітників з розвитку когнітивних здібностей, таких як творчість і рішення проблем [1].

В цілому, опитування Deloitte за 2020 рік показало, що в нових світових умовах господарювання інтелектуальною автоматизацією були досягнуті значні результати. Але потрібно зважати на те, що впровадження автоматизації гарантує успіх тільки при наявності перспективних, орієнтованих на людей стратегій.

**Список використаних джерел:**

1. Deloitte Insights. Automation with intelligence. URL: [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/73699-global-intelligent-automation-survey/DI\\_Automation-with-intelligence.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/73699-global-intelligent-automation-survey/DI_Automation-with-intelligence.pdf).
2. Intelligent automation – Article. URL: <https://www.automationanywhere.com/rpa/intelligent-automation>.

**Тупікова К. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ СТАРТАПІВ:  
ТЕОРІЯ ТА УСПІШНІ СВІТОВІ ПРИКЛАДИ**

Одним з ключових факторів життєспроможності будь-якого бізнесу на світовому економічному ринку є відповідність потребам самого ринку і споживачів. Але не менш важливим фактором можна назвати те, як підприємець буде заробляти гроші і у цьому ключі і відкривається важливість бізнес-моделей. В сучасних умовах для успішного функціонування та конкурентоспроможності компанії, слід обирати оптимальні, при даних зовнішніх та внутрішніх чинниках, бізнес моделі.

Бізнес-модель – спрощене уявлення про бізнес, джерела його доходів, створення вигоди для користувачів. Бізнес-модель демонструє те, як компанія створює, поставляє продукцію клієнтам і набуває вартісної компенсації. Термін "бізнес-модель" вживається в широкому спектрі визначень для характеристик основних аспектів бізнесу, включаючи мету бізнесу, продуктовий ряд, стратегію, інфраструктуру, організаційну структуру, способи продажів, операційні процеси [1]. Термін «бізнес-моделі» отримав ширшого значення з розвитком комп'ютерних та електронних технологій.

Найбільш повний аналіз понятійного апарату бізнес-моделей представлений у роботах таких авторів, як: Стрекалова Н.Д., Третяк О.А., Кліманова Д.Е., Остервальдер А., Піне І., Ч. Туччі тощо[2].

Стартапи, при сучасному розвитку ринку, можуть успішно зайти на арену не лише через «ідеальний» продукт, але й з допомогою інноваційної бізнес-моделі, ефективної монетизації бізнесу та «виділення серед сірих мас». Створенням новаторських видів моделей бізнесу нині займаються не лише окремі спеціалісти, але й крупні фірми, наприклад, Amazon, Apple, Skype, Netflix, Starbucks тощо.

Хоча підприємці і можуть користуватись шаблонними стандартними бізнес моделями, але за останні 50 років кількість інноваційних варіантів значно зросла. До них можна віднести:

– Freemium ("Почни користуватися безкоштовно") полягає у наданні базового пакету послуг безкоштовно, при цьому більш розширені параметри та функції мають бути куплені споживачем у вигляді преміальної підписки. Приклади компаній-новаторів: Dropbox, Spotify, Skype;

– Long Tail ("Довгий хвіст") працює за принципом « продавати багато чого потроху», йде на перекір з законом Парето 80/20, а, також, має за мету отримання більшої частини прибутку не від товарів-блокбастерів, а від нішевих товарів (так званого довгого хвоста). Приклади компаній-новаторів: Apple, Netflix, YouTube;

– Lock-In ("Бритва і лезо"). Дана концепція була вигадана Джоном Рокфеллером і полягала у продажі недорогої керосинової лампи і дорогої олії (виробляла дані товари одна фірма). Покупець ніби потрапляє у залежність від продукції певного бренду і не може ( утому числі фінансово) перейти на іншу продукцію. Найбільшого успіху дана модель зазнала після впровадження в компанії Gillette;

– P2P (Peer-to-Peer) "Ти мені – я тобі" / Без посередників основана на взаємодії окремих людей, об'єднаних у групу певним організатором, який і забезпечує місце та можливості для подальшої взаємодії. Приклади компаній-новаторів: Олх, eBay, Авіто [3].

– Кастомізація. Великі компанії продовжують освоєння стартапів та вводять інноваційні бізнес-моделі. Наприклад, відомий Nike використовує вже створені власні товари, доповнюючи її особливими елементами, аби індивідуалізувати кожного покупця [4].

Як сказав Ів Пиньє та Олександр Остервальдер у своїй книзі «Побудова бізнес-моделей. Настільна книга стратега і новатора »: «...Бізнес-модель – це те, що відрізняє вас від інших, це ваша унікальність, виражена через взаємозв'язку

між самими критичними факторами вашого успіху. Бізнес-модель важливіше місії, стратегії та плану грошових потоків. Це основа вашого конкурентної переваги». Тому при створенні і впровадженні стартапу у будь-якій ніші ринку, важливо приділяти увагу не лише якісним характеристиками товару, але й моделі, за якою ви будете дану продукцію монетизувати.

**Список використаних джерел:**

1. Юшкевич Н. Бизнес-модели для стартапа: обзор [Елект.ресурс]//Vc.ru: електронний журнал (Финансы).-2020.-URL:<https://vc.ru/finance/123807-biznes-modeli-dlya-startapa-obzor> (дата звернення 25.02.2021)
2. Горева Е.С.Управление бизнес моделью: становление концепции и современные тренды//Российское предпринимательство.-2016.-Т.17.-№16.-С.1925-1944.- Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-biznes-modelyu-stanovlenie-kontseptsii-i-sovremennye-trendy/viewer>(дата звернення 25.02.2021)
3. Крицька М. 17 бизнес-моделей. Придумать новую или использовать старую? [Елект.ресурс]//Контур: електронний журнал.-2017.-URL: <https://kontur.ru/articles/5030> (дата звернення 25.02.2021)
4. Ильченко Є. 12 прорывных бизнес-моделей, которые изменили рынок [Елект.ресурс]//Vc.ru: електронний журнал(Маркетинг).-2019.-URL:<https://vc.ru/marketing/55296-12-proryvnyh-biznes-modeley-kotorye-izmenili-rynok>(дата звернення 25.02.2021)

**Чорна І. А.**

*Дніпровський державний аграрно-економічний університет (Україна)*

**ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ  
В АГРАРНІЙ СФЕРІ**

В умовах динамічних змін, які пов'язані зі специфікою ведення підприємницької діяльності в сільськогосподарській галузі, все більше виникає потреба пошуку нових методів та підходів до управління аграрним підприємством, особливо в галузі рослинництва, зважаючи на сезонність та ризиковість даної сфери. Існує необхідність застосовувати стратегічні рішення, які надаватимуть можливість підприємствам збільшувати продуктивність виробництва, одночасно зменшуючи витрати на нього. В таких умовах все більшого розповсюдження

набуває процес діджиталізації, тобто буквально «оцифрування» зібраних даних та, відповідно, процесу їх збору, з метою задоволення потреб суспільства у якісній продукції та зменшенні шкідливого впливу на навколишнє середовище.

Як зазначає Віталій Данкевич, що наразі відмічають близько п'яти трендів у використанні новітніх ІТ-технологій при виробництві сільськогосподарської продукції [1]. До них можна віднести:

1) Впровадження у систему точного землеробства процесів дистанційного зондування планети, а також технологій глобальних навігаційних супутникових систем.

2) Використання мікроавіації, а саме безпілотних літальних апаратів (БПЛА).

3) Застосування систем дистанційного обліку та контролю за матеріально-технічними цінностями;

4) Використання інтелектуального аналізу даних, а також застосування сценарного моделювання;

5) Використання мобільних застосунків, з метою моніторингу стану використання землі на конкретному полі, що має назву Агроскаутінг.

Великого розповсюдження набуває процес використання безпілотних літальних апаратів в методах стратегічного управління агробізнесом. Сервіс Global Market Insights надає прогноз, що величина ринку БПЛА, які будуть поставлені до 2024 року для сільського господарства, може перевищити 1 млрд. дол. і 200 тис. од. [3]. Це пояснюється тим, що до 2024 року серед сільськогосподарських виробників прогнозується підвищення обізнаності про плюси і мінуси використання дронів в сільському господарстві.

Застосування БПЛА у сільськогосподарському виробництві набуває наступних форм: аналіз земельних угідь, що включає в себе створення карт-завдань (визначення найбільш ефективних схем висадки рослин, керування насадженнями тощо); моніторинг стану вегетації рослин з наданням NDVI-карти вегетаційного індексу; прогноз врожайності сільськогосподарських культур;



оцінка снігового покриву та стану вологості сільськогосподарських угідь; визначення ділянок, на які необхідно внести пестициди (діагностика потенційно можливих проблем врожаю) [2]. Крім того, сучасні дрони здатні вносити засоби захисту рослин (на необхідній висоті вносити трихограму або необхідну норму хімікатів).

Однак наразі в Україні однією з перешкод на шляху до масштабного застосування дронів у сільському господарстві може стати законодавче обмеження використання БПЛА, що регламентується відповідно до «Правил використання повітряного простору України». Ще однією перепоною є відсутність розгалуженої регіональної системи, що надає право на порушення повітряного простору на певній висоті.

Відтак повноцінна робота безпілотних літальних апаратів можлива після запису їх у Державному реєстрі цивільних повітряних суден, який унеможливує реєстрацію сучасних БПЛА. Існуючі норми є застарілими та потребують оновлення відповідно до сучасних потреб ринку. Відповідно до цього органами державної влади було розроблено проєкт ЗУ «Про внесення змін до Повітряного кодексу України щодо удосконалення законодавчого врегулювання у сфері безпілотних повітряних суден цивільної авіації». Крім того, розроблено проєкт закону «Про захист рослин», який передбачає можливість врегулювання окремих питань використання безпілотних літальних апаратів.

Таким чином, процес діджиталізації є незворотним та потребує законодавчого регулювання з метою підтримки сільськогосподарських виробників та полегшення процесу впровадження інновацій в український аграрний бізнес. Існуючі переваги впровадження безпілотних літальних апаратів у модель стратегічного управління сільськогосподарським виробництвом, такі як точність отриманих даних, своєчасний аналіз, низькі експлуатаційні витрати, зниження уражень сільськогосподарських культур, зменшення негативного впливу на ґрунт тощо, спонукали органи державної влади на ініціацію процесу створення сприятливих умов для їх використання. Розроблені законопроєкти, за умови їх



прийняття, мають покращити та полегшити процес втілення мікроавіації у виробництво більш якісної сільськогосподарської продукції. За подальшої підтримки органами державної влади процесів втілення новітніх технологій Україна матиме змогу в цілому підвищити якісний рівень виробництва аграрних продуктів.

**Список використаних джерел:**

1. Данкевич В.Є. Діджиталізація у сфері земельних відносин [Електронний ресурс] / В.Є. Данкевич – Режим доступу: <https://agropolit.com/blog/350-didjitalizatsiya-u-sferi-zemelnih-vidnosin>
2. Юн Г.М. Застосування безпілотних літальних апаратів у сільському господарстві / Г.М. Юн, Д.В. Мединський // Наукові технології. – 2017. – № 4(36). – С. 335–341
3. Wadhvani P. LiDAR in Mapping Market Statistics 2020-2026 [Електронний ресурс] / S. Kasnale, P. Wadhvani – Режим доступу: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/lidar-in-mapping-market>

**Шинкаренко А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
НА ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасних умовах інноваційна діяльність має важливе значення для розвитку підприємства і економіки в цілому. Особливу увагу також необхідно приділяти організації інноваційної діяльності підприємства.

Необхідність інноваційної діяльності зумовлена постійним розвитком сучасного суспільства, підвищенням вимог до таких процесів виробництва, як прискорення термінів виконання, збільшення обсягів виготовлення, підвищення якості продукції, задоволення поточних потреб.

Під інноваційною діяльністю розуміють діяльність, спрямовану на використання результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, технічних досягнень для створення і поширення нової або удосконаленої продукції, яка реалізується на ринку; діяльність у вигляді нового або вдосконаленого

технологічного процесу, використовуваного на практиці; діяльність з урахуванням нового підходу до соціальних послуг. Здійснення інноваційної діяльності дозволяє знизити витрати виробництва, підвищити продуктивність праці, збільшити випуск продукції високої якості.

Іншими словами, інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на організацію і здійснення інноваційного процесу на підприємстві, тобто на створення інновації. Для правильної організації інноваційного процесу необхідно розуміння його сутності і закономірностей.

Поняття «інновації» застосовується до всіх нововведень, як у виробничій, так і в організаційній, фінансовій, науково-дослідницькій, професійній підготовці та інших областях діяльності підприємства, а також воно стосується будь-яких удосконалень, забезпечуючи економію коштів і навіть створення умов для такої економії. Інноваційна діяльність підприємства являє собою процес введення нововведення в систему виготовлення продукції та управління у вигляді винаходів або нових методів організації виробництва. Основними компонентами інноваційної діяльності підприємства виступають нововведення і капітальні вкладення [2].

Метою інноваційної діяльності підприємства є мінімізація собівартості продукції або послуг, а також підвищення її конкурентоспроможності [4].

Прибуток, отриманий від інновацій може також служити інвестиціями для розвитку інших сфер діяльності підприємства. Отримання прибутку дозволяє говорити про те, що мета будь-якого комерційного підприємства була досягнута, в зв'язку з цим підприємця даний факт повинен стимулювати для подальшого розвитку інноваційної діяльності.

Економічний аналіз інновацій є важливим інструментом у визначенні внутрішніх резервів для підвищення рівня інноваційної активності, ефективності інновацій та стійкості підприємства [1]. Економічний аналіз інновацій є інструментом для розвитку управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємства, а також використовується для оцінки професійних

навичок і компетенцій менеджерів підприємств. Аналіз інновацій підприємства може здійснюватися в наступній послідовності [3]:

1. Визначення кількості наукових установ, науково-дослідних організацій, університетів, науково-дослідних підрозділів великих підприємств, лабораторій тощо, що беруть участь в інноваційній діяльності.

2. Визначення кількості співробітників, що здійснюють наукову і технічну діяльність, дослідно-конструкторські розробки окремо для кожного типу вищезазначених установ.

3. Розраховуються дані по зростанню зайнятості в інноваційній діяльності.

4. Проводиться аналіз загальної вартості інновацій.

Контроль в області інновацій має особливе значення у зв'язку з високими ризиками. Оцінка і аналіз інформації повинні дати відповіді на питання – чи потрібні додаткові ресурси, чи може організація забезпечити необхідну якість проектних робіт тощо. Контроль в області інновацій необхідно визначати за трьома критеріями: час – проект повинен бути реалізований у встановлені терміни; вартість – необхідно підтримувати бюджет проекту; якість – повинні бути дотримані певні характеристики проекту [2].

Отже, можна сказати, що інноваційна діяльність виступає значущим елементом реалізації основних законів розвитку суспільства, так як сприяє інтелектуалізації трудової діяльності, підвищенню наукоємності, також розширенню номенклатури продукції, підвищенню її якості, залучення у виробництво нових виробничих сил. Інновації – основа підприємництва, які властиві ринковій економіці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Астраханкина Ю. С. Управленческие инновации как объект экономического анализа. *Инновационная наука*. 2016. № 5-1 (17). С. 17-19.
2. Емельянова О. В., Перцева Я. И. Механизм управления инновационной деятельностью. *Новый университет. Серия: Экономика и право*. 2016. № 5 (63). С. 86-90.
3. Маковий Н. Ф., Кудряшов В. С. Стратегия развития высшего учебного заведения на основе формирования инновационных кластеров. *Петербургский экономический журнал*. 2014. № 1. С. 48-53.
4. Маркова Т. И. Инновация, инновационный процесс, инновационная деятельность: сущность, признаки, классификации. *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*. 2009. № 14. С. 38-45.

5. Перерва П. Г., Т. В. Інноваційна діяльність як фактор економічної безпеки промислового підприємства. Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія. заг. ред. Ю. С. Шипуліна. Суми : Триторія, 2018. Розд. 2.1.
6. Гринько Т.В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства / Т.В. Гринько // Проблеми економіки, 2011. – №3. – С. 94-97.

**Шинкаренко А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Здатність підприємства до інноваційних перетворень визначається його інноваційним потенціалом і залежить від його розміру. Інноваційний потенціал характеризує можливість компанії створювати інновації. Інноваційний потенціал виступає в різних роботах, як предмет дослідження, що слугував освоєнню для проведення критичного аналізу основних теоретичних положень в області інноваційної діяльності.

Життєвий цикл інновацій складається з наступних етапів:

- 1) зародження інновації (створення нових ідей, їх реалізація);
- 2) зростання інновації (прибуток від реалізації нових ідей збільшується);
- 3) зрілість (зростання обсягу продажів припиняється, тому що ринок перенаситився виробленим продуктом);
- 4) насиченість ринку (зменшується як зростання обсягу продажів, так і отримуваний прибуток);
- 5) відмирання (вироблений продукт більше не користується попитом на ринку і витісняється з нього) [1].

«Для найбільш ефективного інноваційного розвитку компанії необхідні кілька умов, які є фундаментом для цього розвитку»:

– Наявність достатнього технічного та інтелектуального потенціалу, необхідного для інновацій на підприємстві.

– Наявність постійного потоку учасників даної інноваційної діяльності, в тому числі і потік інвесторів.

– Відповідність діяльності компанії її науковим розробкам.

– Розробки і впроваджені інновації повинні бути затребувані широкою публікою.

Інноваційна діяльність ставить перед собою ряд завдань, які сприяють швидкому і найбільш ефективному розвитку компанії, витрачаючи при цьому мінімальну кількість ресурсів. Дані завдання є базовими, тому що вони доступні будь-якій компанії, в якій існує інноваційна діяльність. До даного ряду відносять:

– «виконання маркетингових досліджень, за допомогою чого визначаються потреби споживачів;

– прогнозування попиту та стану товару в майбутньому. За допомогою цього можна визначити способи виведення цього товару на різні ринки, а також способи спрощення виробництва за допомогою нових технологій;

– моніторинг та оцінка результатів інноваційної діяльності компанії: можна визначити необхідність подальшого застосування технології у виробництві, а також визначити рівень інвестицій у цю галузь;

– управління реалізацією інноваційних рішень. Крім того, що компанії потрібно розробити щось інноваційне, це ще потрібно правильно реалізувати. Тому даний пункт є найбільш важливим завданням інноваційної діяльності, тому що під грамотним керівництвом, будь-яка технологія може принести позитивні результати».

Інноваційний потенціал компанії часто розглядається як сукупність ресурсів з різним ступенем деталізації. Інноваційний потенціал – це не лише ресурси, доступні для інновацій, а й інноваційні механізми, які передбачають розвиток інноваційного потенціалу шляхом інновацій та інвестицій. Інноваційний потенціал як властивість системи на будь-якому підприємстві можна спостерігати у трьох можливих станах: нерозвиненому, нормально розвиненому та розвиненому.

Склад інноваційного потенціалу визначається самою суттю інновації, а саме створенням нових розробок та їх комерціалізація.

Інновації не закінчуються на розробці будь-яких технологій, інновації – це впровадження цих технологій у виробництво і в повсякденне життя. Велика частина інноваційного потенціалу підприємства базується і формується на різних матеріальних і інших ресурсах компанії, які в свою чергу складаються з оборотних коштів підприємства та його поза оборотних активів.

Компанія, яка хоче довгий час залишатися конкурентоспроможною і затребуваною, повинна завжди йти в ногу з часом і своєчасно реагувати на будь-які зміни на ринку. Для цього компанія повинна приділяти належну увагу своїй інноваційній діяльності. Суть цієї діяльності полягає в створенні особливої структури управління компанією, при якій всередині неї утворюється своєрідний процес, який забезпечує постійну розробку та впровадження інновацій в своє виробництво. Даний процес забезпечує ефективне виготовлення якісної, інноваційної продукції, якої немає аналогів на ринку. Отже, роль інноваційної діяльності компанії полягає в забезпеченні ринку товарами, у яких немає аналогів. А досягнення зростання ефективності функціонування економічної системи, в якості кінцевої мети реалізації інноваційного потенціалу, можливо при комплексному підході до вирішення проблем інноваційного потенціалу країни.

**Список використаних джерел:**

1. Бистрова Н.В., Циплакова С. А. Організаційно-економічні чинники створення і розвитку індустріальних парків // Інноваційна економіка: перспективи розвитку і вдосконалення. 2018. № 7. Том 1 (33). С. 82-85.
2. Верба В.А., Новікова І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Проблеми науки*. 2003. № 3. С. 22-31.

**Канд. екон. наук Яковенко В. С., Литвиненко Ю. І.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СТАРТАПИ ЯК СПОСІБ ВВЕДЕННЯ В СУЧАСНІ КОМПАНІЇ ІННОВАЦІЙ**

Згідно висловлюванню відомого фахівця в галузі менеджменту Пітера Друкера будь-яка компанія має скелет у вигляді інформації, яку слід час від часу оновлювати, щоб бути конкурентоспроможними на ринку. В сучасних умовах інформація повинна породжувати певний результат у вигляді інноваційних рішень, що призводять до збільшення ефективності від їх діяльності та підвищують конкурентоспроможність на ринку [1].

Існує багато способів збільшення рівня інноваційності та ефективності підприємства. У звіті Boston Consulting Group (BCG) і Національної асоціації виробників (NAM) вказані вісім способів збільшення інновацій. У цьому звіті було проведено опитування корпоративних членів NAM, які представляли компанії всіх розмірів з різних галузей. У цьому 32-сторінковому звіті оцінюється стан інновацій в компаніях США, включаючи визначення того, як США займають лідерські позиції в області інновацій [2]. У звіті визначені наступні вісім методів, які компанії можуть використовувати для генерації високоякісних інноваційних ідей:

1. Збільшення інвестицій в генерацію ідей.
2. Розвиток розуміння клієнтів.
3. Забезпечення зосередженості на керівному рівні та спонсорстві.
4. Створення сприятливої корпоративної культури.
5. Ефективне використання зовнішніх джерел ідей.
6. Співпраця з постачальниками для пошуку нових ідей.
7. Виділення додаткових ресурсів на інновації.
8. Забезпечення стимулів і винагород за інновації [2].

Отже, з вищенаведених восьми методів можна виділити та об'єднати в загальний метод, який, на думку авторів є більш ефективним, а саме використання



зовнішніх та внутрішніх джерел ідей, співпраця з партнерами, стимулювання та фінансування інновацій. У сучасних умовах стартапи можуть бути результатом нововведень завдяки генеруванню ідей виходячи з потреб чи проблем внутрішнього або зовнішнього середовища людини чи компанії в цілому. Важливо розуміти сутність поняття стартапу. Стартап – це молода компанія, заснована одним або кількома підприємцями для розробки унікального продукту чи послуги та виведення їх на ринок [3]. За своєю природою типовий стартап, як правило, є оперативною операцією, яку первісно фінансують засновники або їх друзі чи колеги. На ранніх стадіях стартап-компанії отримують невеликий або зовсім не надходить прибуток. Вони уявляють, що їм потрібно розробляти, тестувати та продавати. Це вимагає значних грошей, і власники стартапів мають кілька потенційних джерел. Традиційні джерела фінансування включають позики малого бізнесу від банків або кредитних спілок, фінансування державою позики адміністрації малого бізнесу від місцевих банків та гранти, надані, частіше за все, некомерційними організаціями. Так звані інкубатори, які часто асоціюються з бізнес-школами та іншими некомерційними організаціями, забезпечують наставництво, офісні приміщення та початкове фінансування для стартапів [3].

Взагалі інвестори активно шукають перспективні стартапи, щоб заробити гроші в обмін на частку в компанії, як тільки вона вийде з місця та почне приносити гарні прибутки [3].

Розробки стартапів всередині компанії є доволі привабливим методом для збільшення ефективності організації діяльності компанії та збільшення прибутковості. По-перше, можливість подолання «скляної стелі», тобто «злетіти», якщо людина працює за наймом, що є швидше винятком з правил, а в стартапі це відбувається разом з успіхом проекту. По-друге, це стрімке збільшення бізнес-навичок. Досить швидко учасники стартапу пізнають, як знаходити і затверджувати ідеї, як перевіряти гіпотези. Кожен підприємець в якійсь мірі продавець, але робота в стартапі відточує це вміння до неймовірної гостроти. І нарешті, третя причина – почуття, що все залежить тільки від вашої команди [4]. Мета будь-якої



компанії – зберегти стійкість, прибуток, який можна отримувати завдяки продуктивній праці персоналу та його мотивації, яку можна підтримувати наданням можливості розробити та втілити в життя власні ідеї, які переростуть у стартап всередині компанії. Слід організувати або окремі підрозділи для цілеспрямованої та детальної праці над проектом, або ж організувати корпоративні конкурси серед робітників на кращу ідею та дозволити їм це розробляти далі. Фінансування можна виділяти з своїх коштів або ж інвестувати в стартапи персоналу разом з партнерами компанії.

Отже, провівши аналіз стартапів та дізнавшись про важливість та необхідність інновацій для сучасних компаній можна зробити висновки, що стимулювання та фінансування розробки стартапів всередині компанії її фахівцями слугуватиме продуктивним засобом мотивації персоналу та збільшення фінансових показників компанії у разі успішної реалізації цих проектів в майбутньому.

**Список використаних джерел:**

1. Друкер Питер Ф. Информация, которая действительно нужна руководителю / В кн. Измерение результативности компании: Пер. С англ. – М: Альпина Бизнес Букс. 2006. – 220 с.
2. Eight Ways to Increase Innovation URL: <https://managementisajourney.com/fascinating-numbers-eight-ways-to-increase-innovation/>(дата звернення: 27.02.2021);
3. Startup Definition URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp> (дата звернення: 27.02.2021);
4. Стартапы внутри корпораций URL: <https://www.it-world.ru/it-news/market/168947.html> (дата звернення: 27.02.2021).

## ЗМІСТ

<i>Алексєєв А. Р.</i> Теоретичні основи технічного переозброєння виробництва як напрям інноваційного розвитку підприємства.....	3
<i>Бандура І. А.</i> Проблеми та перспективи розвитку стартапів в Україні .....	5
<i>Бірюкова П. В.</i> Сучасні тенденції розвитку інноваційної діяльності підприємства .....	8
<i>Буряк М. В., Дворниченко Д. Р.</i> Роль інновацій в підприємницькій діяльності.....	10
<i>Гамерська І. С.</i> Інновації у сфері громадського харчування.....	12
<i>Гамерська І. С.</i> Проблеми управління інноваційною діяльністю підприємства .....	15
<i>Гогохія Л. Б.</i> Інновації у страховій діяльності .....	18
<i>Голяк Е. В.</i> Державна політика розвитку інноваційної підприємницької діяльності .....	21
<i>Гуртовий Ю. В., Яковенко В. С.</i> Проблеми фінансування інновацій в Україні .....	24
<i>Дорох К. Ю.</i> Дослідження динаміки обсягу виробленої продукції (робіт, послуг) та витрат на їх виробництво промислових підприємств за 2015–2019 рр. ....	27
<i>Жогленко Я. А.</i> Інноваційна діяльність та її види .....	30
<i>Козік В. А.</i> Інноваційна активність підприємства та підходи щодо її оцінювання ..	33
<i>Королук Є. Л., Кучеренко С. К.</i> Статистичний аналіз інноваційної активності промислових підприємств Дніпропетровської області за 2010-2019 рр. ....	36
<i>Куліш І. А.</i> Обліково-аналітичне забезпечення управління інноваційною діяльністю підприємства.....	38
<i>Лемберг А. Г., Знанецька О. М.</i> Перспективні шляхи підвищення продуктивності праці на підприємстві.....	40
<i>Литвиненко Ю. І., Джур О. Є.</i> 3D-друк як елемент сучасних науково-технологічних світових трендів у галузі інформаційно-комунікаційних технологій .....	43

**Том 3. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ  
В ДИНАМІЧНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

---

<i>Лісна Д. О.</i> Проблеми інноваційної діяльності в Україні .....	48
<i>Лісовець А. М.</i> Особливості оптимізації бізнес-процесів на підприємстві .....	51
<i>Мальченко М. К.</i> Інновації в збутовій діяльності сучасного підприємства .....	54
<i>Матвеева М. С.</i> Інноваційний маркетинг як парадигма економічного розвитку підприємства .....	57
<i>Мешко Д. О., Кучеренко С. К.</i> Вплив зовнішнього середовища на інноваційну діяльність компаній: глобальні виклики.....	59
<i>Морока Д. М.</i> Розвиток стартап–екосистеми в Україні.....	63
<i>Муха Д. Г.</i> Роль інтелектуального капіталу в розвитку сучасних підприємств..	66
<i>Петьков В. Л.</i> Інноваційний розвиток як фактор підвищення рентабельності птахівництва.....	68
<i>Пономаренко Л. Р., Яковенко В. С.</i> Стартапи у HR сфері як ризик або засіб вирішення впливу людського фактору .....	71
<i>Русан О. О., Чорна А. Г.</i> Вплив держави на інноваційну діяльність в Україні .....	74
<i>Рябук К. П.</i> Аналіз інноваційних трендів розвитку роздрібних торговельних підприємств світу .....	78
<i>Рябук К. П.</i> Інтелектуальна автоматизація як інноваційний інструмент переосмислення діяльності організації в сучасних умовах господарювання .....	81
<i>Тупікова К. О.</i> Бізнес-моделі для стартапів: теорія та успішні світові приклади .....	84
<i>Чорна І. А.</i> Інноваційний підхід до стратегічного управління в аграрній сфері.....	86
<i>Шинкаренко А. В.</i> Організація та контроль інноваційної діяльності на підприємстві.....	89
<i>Шинкаренко А. В.</i> Сутність інноваційного потенціалу підприємства .....	92
<i>Яковенко В. С., Литвиненко Ю. І.</i> Стартапи як спосіб введення в сучасні компанії інновацій .....	95

Наукове видання

Мови видання: українська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2021:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 8–9 квітня 2021р.)

У восьми томах

Том 3. Інноваційний розвиток підприємств  
в динамічному підприємницькому середовищі

*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 Якушечкіна А. О., Біла К. О.  
Оригінал-макет Біла К. О.

Підп. до друку 15.04.21. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Спосіб друку – плоский.  
Ум. др. арк. 4,48. Тираж 90 пр. Зам. № 0421-01/3.

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

+38 (099) 780-50-49; +38 (067) 210-02-56  
www.impact.dp.ua e-mail: impact.dnepr@gmail.com  
www.confcontact.com e-mail: conf@confcontact.com