НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту організацій
Рада молодих вчених Львівської політехніки

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

СУСПІЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК, РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА

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

УНІВЕРСИТЕТ МАРІЇ КЮРІ-СКЛОДОВСЬКОЇ, РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА

ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА

ХАЙЛЬБРОННСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ФЕДЕРАТИВНА РЕСПУБЛІКА НІМЕЧЧИНА

УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ, РЕСПУБЛІКА БОЛГАРІЯ

БІЛОРУСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПОЛІТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ

MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESS IN UKRAINE: ECONOMIC, SOCIAL AND POLITICAL TRANSFORMATION

19–21 травня 2016 р., м. Львів

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2016

УДК 330.341.1:658.589
ББК 49(4Укр)-55
У 781

Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції “Управління інноваційним процесом в Україні: економічні, соціальні та політичні трансформації”. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).
У 781
ISBN 978-617-607-928-6

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

УДК 330.341.1:658.589
ББК 49(4Укр)-55

Матеріали подано в авторській редакції
Відповідальний за випуск Карий О. І.

Висловлюємо подяку всім спонсорам за сприяння в організації та проведенні конференції

ISBN 978-617-607-928-6

© Національний університет “Львівська політехніка”, 2016

ПОЧЕСНІ ГОЛОВИ ПРОГРАМНОГО КОМІТЕТУ:

БОБАЛО Ю. Я. – ректор Національного університету «Львівська політехніка», д.т.н., професор

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

СПІВГОЛОВИ КОМІТЕТУ:

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

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

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

ЧЛЕНИ КОМІТЕТУ:

АЛЕКСЄЄВ І. В. – завідувач кафедри фінансів Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор

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

ГОНДА В. – доктор, професор кафедри економіки Економічного університету (Братислава, Словацька Республіка)

ЗАГОРОДНІЙ А. Г. – професор кафедри обліку та аналізу Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., професор

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

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

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

ЛІПОВСЬКИЙ М. – доцент кафедри маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін, Польща), доктор наук

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

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

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

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

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

ТОДОРОВ О. – доктор наук, кафедра міжнародних економічних відносин, Факультет менеджменту Університету Економіки (Варна, Республіка Болгарія)

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

ЮРИНЕЦЬ О. В. – Народний депутат України, голова підкомітету з питань регіонального і транскордонного співробітництва між Україною та країнами ЄС ВРУ, доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

ЧУБАЙ В. М. – Голова Ради молодих вчених ІНЕМ, доцент кафедри обліку та аналізу Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

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

ЧЛЕНИ КОМІТЕТУ:

ГРИБИК І. І. – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

МАТВІЙ І. Є. – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

КУЛИНЯК І. Я. – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

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

МАВРІНА А. О. **–** доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доцент

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

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

БОНДАРЕНКО Ю. Г. – асистент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка»

ПРИЙМА Л. Р. – аспірант кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка»

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1.
ІНТЕГРАЦІЯ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ

Адамів М.Є., Яцишин О.І. ІННОВАЦІЙНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ…… 10

Bondos I. E-CHANNEL MIGRATION STRATEGY - A DOUBLE-EDGED SWORD?..... 11

Дідик А.М. ДОСВІД ЕКОНОМІЧНО РОЗВИНУТИХ КРАЇН У ЗАСТОСУВАННІ КУЛЬТОРОЛОГІЧНИХ ВАЖЕЛІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЛІВЕКТОРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ…… 12

Жайворонок І.Р., Кулініч Т.В. СТВОРЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ПАСИВНОГО ДОХОДУ НАСЕЛЕННЯ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ БІРЖОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ В УКРАЇНІ…… 13

Зінченко О.А. ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ……... 14

Каскарбаева Г. ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВА КАЗАХСТАНА И ИРАНА В НОВОМ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ…… 16

Кара Н.І. ЦІЛІ ТА НАПРЯМКИ СУЧАСНОЇ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТНК…….. 18

Когут У.І., Манзіроха А.С. АНАЛІЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ І ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ……... 20

Козак Л.С., Федорук О.В. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ…… 22

Коломієць О.Л. ДОСВІД ЄС У СФЕРІ ВИКОРИСТАННЯ ПОДАТКОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ…….. 24

Косар Н.С., Дриль О.І., Кіндій М.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ……... 25

Кумарбекова Э. КАЗАХСКО–КИТАЙСКОЕ ДВУСТОРОННЕЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В 2015 ГОДУ: ПРАГМАТИКА ЦЕЛЕЙ И ПРИОРИТЕТЫ НА БУДУЩЕЕ…….. 26

Лісовська Л.С., Боцман Ю.С. КРАУДФАНДИНГ СУЧАСНИЙ МЕТОД ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ……... 28

Логвиненко Р.Л. ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ СТУДЕНТІВ ДО МІЖНАРОДНИХ ПРОГРАМ СТУДЕНТСЬКОГО ОБМІНУ……. 30

Маслак О.О., Дорошкевич К.О., Вороновська М.М. МЕХАНІЗМ ГАРАНТУВАННЯ БЕЗПЕЧНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ…….. 31

Мищишин О.Л., Михаляк О.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ……... 33

Реверенда Н.Ю., Солярчук С.Ю. ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ФРІЛАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ….. 35

Сыдыкназаров М.К., Таныбаева Ж.А., Сырлыбаева Ф.М., Карабаев Д.Д. ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПОВЕСТКА В ДВУСТОРОННИХ КАЗАХСКО-КИТАЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ……. 36

Сыдыкназаров М.К., Таныбаева Ж.А., Сырлыбаева Ф.М. СОТРУДНИЧЕСТВО КАЗАХСТАНА И КИТАЯ В РАМКАХ ЕАЭС: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА…… 38

Сыдыкназаров М.К., Кумарбекова Э., Каржаубай Ж.М., Шалов О. ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ И ЮЖНАЯ КОРЕЯ – ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В КОНТЕКСТЕ «ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ» ПРЕЗИДЕНТА ЮЖНОЙ КОРЕИ ПАК КЫН ХЕ…….. 40

Скіцько В.І. АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР В КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 4.0……... 43

Станасюк Н.С. ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК НЕВІД'ЄМНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ…… 45

Теребух А.А., Брунець Б.Р. ЕЛЕМЕНТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ГЕНЕРАТОРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ…….. 47
Феєр О.В. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР…… 48
Чернобай Л.І. ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ (МСБ): ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ…... 49

СЕКЦІЯ 2.
ІНСТИТУЦІЙНІ І ПОЛІТИЧНІ ЧИННИКИ У РИНКОВІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Бохонко І.В. ПЕРЕДАВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ…… 52
Віблий П.І., Горбова Х.В. ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ……. 54
Вішка І.С. ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА НАСЛІДКИ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В СИСТЕМІ АДМІНІСТРУВАННЯ……. 55
Halynska Y. THE IMPACT OF SOCIAL RESPONSIBILITY ON SUSTAINABLE USE OF NATURAL RESOURCES…….. 57
Гвоздь М.Я., Горін У.З. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕЦ…… 59
Карий О.І. МОТИВИ ДОБРОВОЛЬЦІВ ДО УЧАСТІ В ПРОЕКТАХ КРАУДСОРСИНГУ……... 61
Косар Н.С., Гайдук А.Б., Пилипенко В.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИКІВ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧОГО ОБЛАДНАННЯ В УКРАЇНІ……. 62
Купрієнко Д.А. ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПРИКОРДОННОЇ БЕЗПЕКИ НА ШЛЯХАХ МІЖНАРОДНОГО СПОЛУЧЕННЯ УКРАЇНИ……. 64
Лісовська Л.С., Злотнік М.Л. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ В УКРАЇНСЬКОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ…… 66
Мельник О.Г. ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ЕФЕКТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ…… 68
Мірошник Р.О., Савка Г.П. ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ……... 70
Мірошник Р.О., Шаламага М.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІТ-АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ……. 71
Новаківський І.І., Лущак Н.С., Борбулевич В.З. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИЛАДОБУДУВАННЯ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ 72
Новікова А.В., Подольчак Н.Ю. НЕФОРМАЛЬНІ ПУБЛІЧНІ ДОМОВЛЕНОСТІ В РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ ТА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА…… 78
Процак К.В., Романів Л.В. ІННОВАЦІЇ У ВИЩІЙ ОСВІТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ…….. 79
Світящук І.В. ПРОСТОРОВО-НЕЙТРАЛЬНІ ТА ПРОСТОРОВО-ОРІЄНТОВАНІ ПІДХОДИ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ…….. 81
Сыдыкназаров М.К. ПОЛИТИКА НОВОЙ (НЕ)ПРЕДСКАЗУЕМОСТИ: СОБЫТИЯ В УКРАИНЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЕГИОН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ. ИНФОРМАЦИОННО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ…….. 82
Сыдыкназаров М.К. НИДЕРЛАНДСКИЙ ОТКАЗ ПОДДЕРЖКИ СОГЛАШЕНИЯ ОБ АССОЦИАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА С УКРАИНОЙ: ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ И ВЛИЯНИЕ…….. 84
Шабайкович В.А., Перепічка Є.В. ВІРТУАЛЬНА РОЗРОБКА НОВОЇ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ…….. 87

СЕКЦІЯ 3.
ІННОВАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Бондаренко Ю.Г., Поляк Н.І. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ…… 89
Волоснікова Н.М. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ІНТЕГРОВАНОЇ ЛОГІСТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ…….. 91
Гавран В.Я., Криловецька В. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ…….…. 93
Гаряга Л.О. СУЧАСНІ ВИДИ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ…….…… 94
Дацко М.М., Кузьо Н.Є. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПАКУВАННЯ ТОВАРІВ: МІЖНАРОДНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД…….….. 95
Кацемир Я.В. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ…… 97
Копець Г.Р., Рачинська Г.В., Дзюбіна К.О. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ…… 99
Костюк О.С., Свищ І.А. ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК УСПІШНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОШИРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ІНФОРМАЦІЇ……. 100
Крикавський Є.В., Стець О.М. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРИНЦИПІВ МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ ДИФУЗІЇ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ…… 102
Криниця С.О. ПЕРСПЕКТИВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ…… 104
Кузьо Н.Є., Косар О.І. ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ…….. 106
Кулиняк Ю.І., Кіндрацька Г.І. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МАЛИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ……. 108
Кулініч Т.В., Мних Я.І. ІТ-ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ВІТЧИЗНЯНОГО МАГАЗИННОГО ПРОДАЖУ ЯК ЗАСІБ ПОГЛИБЛЕНОГО ПРОНИКНЕННЯ НА ОСВОЄНІ РИНКИ…….. 110
Кушерський Т.В., Шишковський С.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ…….. 112
Lipowski M. PERCEPTION OF MARKETING CHANNELS BY DIFFERENT CONSUMER GENERATIONS - HAS ONLINE CHANNEL STILL THE ADVANTAGE?..... 113
Лісовська Л.С., Недзвецька О.В. СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ…… 115
Лучко Г.Й., Мороз Х.М. ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ……... 117
Мавріна А.О., Марчук Д.В. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ…….. 118
Максимов М.С. ПОВЕДІНКОВИЙ ПІДХІД В ФОРМУВАННІ ПРОГРАМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА 2016 – 2020 РР…… 119
Матвій І.Є., Мащакевич М.В. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ЗАБАЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ……... 121
Матвій С.І., Олеськевич Р.А. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ…… 123
Мірошник Р.О., Наливайко У.О. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА……. 124
Музиченко-Козловська О.В. МЕТОДИКА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДА МІСТА (НА ПРИКЛАДІ М. ЛЬВОВА)……... 126
Nowacki R., Wasilik K. INNOWACYJNE USŁUGI BIZNESOWE W KREOWANIU

KONKURENCYJNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE…… 128
Пшик-Ковальська О.О., Мірзоєва Д.Р. ІННОВАЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ТА ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ…… 130
Савіна Н.Б. ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТОКИ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ…….. 132
Стефінін В.В., Ціжма Ю.І. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ…….. 134
Тарнавський М.І. ЖИТТЕВИЙ ЦИКЛ ПІДПРИЄМСТВА В СТРУКТУРНОМУ МОДЕЛЮВАННІ ОРГАНУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ……. 136
Угольков Є.О. ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС КУПІВЛІ У ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІ 137
Цогла О.О., Цогла А.О. ІНВЕСТАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ У БУДІВНИЦТВІ… 139
Щербата Т.С. УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ МІЖ ПІДПРИЄМСТВОМ ТА ПАРТНЕРАМИ…….. 140
Янішевський В.С. ВИКОРИСТАННЯ ОПЦІОНІВ В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЯМИ…… 141

СЕКЦІЯ 4.
НАУКОВА ПІДТРИМКА ВИПЕРЕДЖУВАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Адаменко М.В. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.. 142
Бондаренко Ю.Г., Якимець Д.-І.І. БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ ЯК ІННОВАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПРИЯТЛИВИХ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ…….. 143
Вербицька Г.Л. ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЕТАПІ ЇХ ПЛАНУВАННЯ……... 145
Гавран В.Я., Середницька Х.Т. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ОРГАНІЗАЦІЇ В КРИЗОВИХ УМОВАХ…… 147
Гальків Л.І., Грищук Д.В., Литвин В.М. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ІМПЕРАТИВ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ…….. 149
Гальчак Х.Р. КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА..... 151
Gonda V., Nestorenko T.P. UNIVERSITIES AND LIFELONG LEARNING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT…… 153
Грибик І.І., Смолінська Н.В. УПРАВЛІННЯ ОПОРОМ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН…… 155
Дорошук Г.А. ІНСТРУМЕНТИ ДІАГНОСТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ……. 157
Івасюк В.В., Крайниківська Л.І. ВПЛИВ БРЕНДУ НА ВИБІР СПОЖИВАЧЕМ ТОВАРУ…….. 159
Кирилич Т.Ю., Майданська А.-А.Е. ПАРАДИГМА КІБЕРСКВОТИНГУ: АКТУАЛІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ……..... 160
Коваль Л.В. АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА АВТОМОБІЛЕ-БУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ..... 162
Копець Г.Р., Войцеховська Ю.В., Галаз Л.В. ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ ЯК УПРАВЛІНСЬКОЇ ІННОВАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ……. 164
Кулиняк І.Я., Дубодєлова А.В. ДИНАМІЧНИЙ ПІДХІД У ПРИЙНЯТТІ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ…….. 165
Лісовська Л.С., Здоровега М.В. ДЖЕРЕЛА СИНЕРГІЗМУ У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ ПІДПРИЄМСТВА…….. 166
Мавріна А.О., Кузик А.В. КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ……. 168
Mendryk Iwona. SEX VS. EMPLOYEES' ENGAGEMENT- A COMPARATIVE ANALYSIS BASED ON RESEARCH RESULTS…….. 169
Морозов О.Ф. НОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ДИНАМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ ЯК БІЗНЕС-СТРУКТУР ……. 171
Новіков О.В., Новікова А.В. НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ЧАСТИНА

ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ…….. 172
Пелехатий А.О. ВПЛИВ ДІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ УКРАЇНИ З ЄС НА РОЗВИТОК НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В КРАЇНІ…….. 173
Петрович Й.М. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЇХ МОДЕРНІЗАЦІЇ…….. 175
Прийма Л.Р., Самборський В.В. ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ…….. 176
Прокопенко І.В. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ……. 177
Piasecka A. ORGANISATIONAL INNOVATION IN MANAGING A MODERN HIGHER EDUCATION INSTITUTION…… 179
Руденко М.В. ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ…… 181
Сажинець С.Й. БЮДЖЕТУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ДОХОДАМИ ТА ВИТРАТАМИ ДІЯЛЬНІСТІ ПІДПРИЄМСТВА З КАПІТАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ……... 182
Хома І.Б. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В СИСТЕМІ ПЕРЕОЦІНКИ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ…… 184
Цогла О.О. ІНВЕСТИЦІЇ В ТЕХНІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА – ЗАПОРУКА БЕЗПЕЧНИХ УМОВ ПРАЦІ…… 186

СЕКЦІЯ 5
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ НА ЕКСПОРТ

Беспалюх Х.М., Бабій Н.В. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 187
Bodnar R. INFLUENCE OF THE INNOVATION ACTIVITY ON THE FOREIGN TRADE OF UKRAINE……... 188
Галаз Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ..... 189
Мельник О.Г., Коць І.І. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОЛІНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ……. 191
Мустафаєва Л.А., Босак А.О. ДЕРЖАВНА АГРАРНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ…….. 192
Nanteuil R. TRENDS AND PROSPECTS OF INTERNET RETAILING IN UKRAINE AND FRANCE…….. 194
Просович О.П., Гулич Н.З. ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПОСЛУГАМИ……. 195
Семін І.Є., Пукало С.Ю. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА…. 196
Сыдыкназаров М.К., Сырлыбаева Ф.М. ЧЛЕНСТВО КЫРГЫЗСТАНА В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ: СТАРТ И ПЕРСПЕКТИВЫ…… 198
Сыдыкназаров М.К., Сырлыбаева Ф.М. КАЗАХСТАН ВО ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОЖИДАНИЯ……. 200
Сыдыкназаров М.К., Таныбаева Ж.А., Сырлыбаева Ф.М. МИГРАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ГРАЖДАН КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В КАЗАХСТАН: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ……... 202

СЕКЦІЯ 1.
ІНТЕГРАЦІЯ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ

Адамів М.Є., Яцишин О.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Прогресивний економічний розвиток України за європейським вектором є передумовою здобуття гідного місця держави у міжнародному поділі праці, зокрема, у сфері міжнародної торгівлі. Європейський союз є одним із наймогутніших глобальних економічних об'єднань, що представлений потужним і привабливим регіональним ринком світу. Таким чином, успішне приєднання національного господарства до європейського економічного простору забезпечуватиме вихід України на якісно новий рівень розвитку у міжнародному аспекті.

Угодою про асоціацію між Україною та Європейським Союзом передбачено тісну економічну інтеграцію та програму реформ, які мають допомогти Україні удосконалити бізнесовий клімат, збільшити інвестиційні надходження, розв'язати істотні макроекономічні проблеми, з якими країна зіштовхнулася. Ця Угода повинна сприяти розвитку інноваційного підприємництва в державі, яке є однією з важливих конкурентних переваг розвинених країн Євросоюзу. Варто зазначити, що у світовій та зокрема європейській практиці для організації інноваційного підприємництва широко застосовується кластерна модель. Конкурентоспроможність вітчизняних малих суб'єктів підприємництва може бути істотно покращена на засадах поширення їх кластерної організації, оскільки кластери традиційно розглядаються у європейській практиці як інструмент підвищення конкурентоспроможності. Відповідно до положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом керівництво нашої держави може звернутися за допомогою до Європейського Союзу для надання методичної підтримки виходу вітчизняних малих суб'єктів господарювання на європейські ринки, утворення експортних консорціумів, експортноорієнтованих кластерів, державних інституцій фінансової та організаційної підтримки експортерів [1].

Що стосується зони вільної торгівлі, яка передбачена Угодою про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, то до її ключових переваг можна віднести: розширення можливостей виходу українських виробників на європейський ринок; зростання привабливості країни для іноземних інвесторів; можливість вирішувати торгові суперечки згідно з правилами Світової організації торгівлі; розвиток і стимулювання конкуренції та обмеження монополізму; розширення номенклатури імпортних товарів на внутрішньому ринку; гармонізація вітчизняних та міжнародних митних процедур і підвищення ефективності діяльності митних органів в контексті сприяння торгівлі; підвищення обсягів міжнародної торгівлі і, як наслідок, збільшення надходження валютних коштів; розширення доступу до якісної імпортної техніки та устаткування.

В сучасних умовах дії зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом з'явилися також перспективи підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств, що стосуються відкритого доступу до державних закупівель в Європейському Союзі, відсутності штучних (створених урядом) бар'єрів на шляху торгівлі між окремими суб'єктами господарювання різних країн, стандартизації та уніфікації виробничого циклу, розширення потоку іноземних інвестицій. Зона вільної торгівлі дає змогу Україні впроваджувати нову політику щодо боротьби з корупцією, відкриває можливості для надходження іноземних інвестицій, модернізації економіки, формування іміджу країни як розвиненої європейської держави в очах світової спільноти.

Отже, із запровадженням зони вільної торгівлі Україна поступово трансформується у виробника більш конкурентоспроможної продукції, яка буде затребувана на європейських ринках. Кожен вітчизняний суб'єкт господарювання має змогу продавати і виробляти продукцію за уніфікованими і стандартизованими правилами ведення бізнесу. Слід зазначити, що наша держава володіє неоціненним потенціалом на шляху співпраці із Європейським Союзом, а тому зона вільної торгівлі є тим основним штурвалом, який інтенсивно активізує економічні реформи в Україні.

1. Гроші та консультації: як ЄС збирається допомогти малому бізнесу в Україні [Електронний ресурс] // Бюлетень представництва Європейського Союзу в Україні. – 2015. – № 121. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/eucooperationnews/2015/eu-ukraine_cooperation_newsletter_june_2015_uk.pdf.

Bondos I.
Maria Curie-Sklodowska University, Faculty of Economics, Marketing Department

E-CHANNEL MIGRATION STRATEGY - A DOUBLE-EDGED SWORD?

Problem formulation. As companies implement multichannel strategies and attempt to manage consumers' multichannel behavior, the migration of customers from traditional to new and alternative channels seems ubiquitous [Shankar and Yadav, 2010]. As researchers note, most recent firm efforts attempt to steer customers to the online or e-channel; not only for purchases but also for the information search and after-sales phases of the shopping process [Trampe, Konuş and Verhoef, 2014]. These moves are all intended to increase the effectiveness of channel operations, yet moving customers to alternative

channels also may create undesired effects on customers. Channel migration strategies can be voluntary – customers can choose among multiple, fully available channels [Van Bruggen et al. 2010]. However, when customers' channel preferences do not match channel management policies, companies face increased costs and redundant or ineffective channels [Myers, Pickersgill, and van Metre 2004]. And even greater risk is associated with the strategy of forced e-channel migration. Channel migration affects firm profit through its influence on cost and revenue. It has been claimed that the Internet is more cost efficient than traditional channels. Although this might suggest that companies should migrate customers to the Web, the efficacy of this strategy depends on how migration affects overall demand [Ansari, Mela, Neslin 2008].

The literature distinguishes two types of customer migration strategies –forced and voluntary customer E-channel migration strategies [Trampe, Konuş and Verhoef, 2014]. The first one refers to the process of moving customers from one channel to the E-channel through coercive actions that enhance the efficiency of the firm's channel operations [Reinders, Dabholkar, and Frambach 2008]. The second type of migration generally eliminates an existing channel and should lead to channel switching, unless the customer moves to another service provider. Other negative phenomena generated by the forced migration strategy are: frustration and emotional discomfort among customers, their dissatisfaction and subsequently disloyalty [Chea and Luo, 2006].

In order to correctly assess the results of various options of migration strategy the impact of that changes on the customer behavior and attitude towards service provider / brand must be taken into account. An extremely important issue are, perceived by migrated consumers, costs of using the indicated channel (usually channel online). And it is not just about the service price in the new channel, but equally important, widely understood, non-price costs (e.g. emotions, effort, time) [Lipowski and Bondos, 2016].

Article objectives. The purpose of this analysis will be an indication of the potential consequences of an customer migration strategy to the online channel - such a solution is increasingly applied by service providers. It should be also aware of the consequences of such a solution – these consequences are both favorable as well as unfavorable to the strategy initiator.

To achieve this objective will be used scientific literature, along with a comment concerning the Polish telecommunications market.

1. Ansari, A., Mela, C.F., Neslin, S.A., Customer Channel Migration, "Journal of Marketing Research" 2008, vol. 45, no. 1, pp.60-76. 2. Van Bruggen, G.H., Antia, K.D., Jap, S.D., Reinartz, W.J., Palls, F., Managing Marketing Channel Multiplicity, "Journal of Service Research" 2010, vol. 13, no. 3, pp. 331–40. 3. Chea, S., Luo, M.M., Post-adoption Behaviors of E-Service Customers: The Interplay of Cognition and Emotion, "International Journal of Electronic Commerce" 2006, vol. 12, no. 3, pp. 29–56. 4. Lipowski, M., Bondos, I., Postrzeganie kosztów w kanałach dystrybucji usług, „Handel Wewnętrzny" in press. 5. Myers, J.B., Pickersgill, A.D. van Metre, E.S., Steering Customers to the Right Channels, "McKinsey Quarterly" 2004, vol. 3, pp. 1–13. 6. Reinders, M.J., Dabholkar, P.A., Frambach, R.T., Consequences of Forcing Customers to Use Technology Based Self Service, "Journal of Service Research" 2008, vol. 11, no. 2, pp. 107–23. 7. Shankar, V., Yadav, M.S., Emerging Perspectives on Marketing in a Multichannel and Multimedia Retailing Environment, "Journal of Interactive Marketing" 2010, vol. 24, no. 2, pp. 55–7. 8. Trampe D., Konuş U., Verhoef, P.C., Customer Responses to Channel Migration Strategies Toward the E-channel, "Journal of Interactive Marketing" 2014, vol. 28, pp. 257–270.

Дідик А.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДОСВІД ЕКОНОМІЧНО РОЗВИНУТИХ КРАЇН У ЗАСТОСУВАННІ КУЛЬТОРОЛОГІЧНИХ ВАЖЕЛІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЛІВЕКТОРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасне бізнес-середовище змушує підприємства активізовувати свої дії у напрямку формування і використання дієвих важелів забезпечення полівекторного розвитку з метою посилення ринкових позицій та покращення інших результуючих показників виробничо-господарської діяльності. Ця проблема особливо значуща для вітчизняного бізнесу, який, як і західний, поступово виходить з кризи. В аналізованому аспекті цікавим є досвід економічно розвинутих країн світу у сфері практичного використання різних механізмів активізації бізнес-процесів як на макро-, так і на мікрорівні.

Тісно пов’язаними з інноваційними, інвестиційними, податковими та тарифно-ціновими важелями забезпечення полівекторного розвитку підприємств в економічно розвинутих країнах світу є також культурологічні важелі. Наприклад, у ЄС цей вектор трактується як такий, що має визначальне значення для економіки, зайнятості, інноваційного розвитку та суспільної політики. Як визначено у матеріалах [3, с. 3], культура та креативність є важливими елементами європейського проекту, адже формують європейську ідентичність та трактування інших осіб і світу загалом; вони також впливають на середовище, в якому перебувають європейські підприємці, і стиль життя, який вони ведуть.

Особливо важливу роль і значення культурологічні важелі забезпечення полівекторного розвитку підприємств відіграють в японській економіці. Як свідчить вивчення теорії та практики, економічний успіх Японії багато в чому визначається саме специфічними організаційними взаємовідносинами, що базуються на певному особливому типі корпоративної культури та інструментів управління, що із неї витікають. У роботі [2] зауважено, що одними з основних передумов зростання японської економіки є ототожнення працівників з компанією та її місією (що глибоко укорінено в японській культурі); максимальна відповідальність кожного окремого працівника за підприємство, його успіхи та економічні результати (виражається шляхом участі у прийнятті управлінських рішень, коли завдяки максимальній залученості працівників до цих процесів вони більш краще турбуються про підприємство та його конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі); стосунки між працівниками та стиль комунікування (акцент робиться у напрямку забезпечення гармонії в стосунках в колективах) тощо.

Цікавими є результати досліджень Д. Латусек-Юрчак [1, с. 31], яка, зокрема, акцентує увагу на відмінностях ментально-культурологічного характеру, що відрізняють американських підприємців від підприємців Східної Європи. Автор зауважує, що у США складно знайти підприємця, який би успішно із самого початку реалізував свою підприємницьку ідею. Здебільшого старт бізнесу пов'язаний із низкою не завжди вдалих заходів і реалізованих підприємницьких ініціатив. У цьому контексті автор вказує на приклад Кремнієвої долини, у якій вважається, що «поразка – це нормально» (it’s OK to fail), а історії підприємницьких невдач – це тільки важливі лекції для подальшого розвитку бізнесу.

Загалом, економічно розвинуті країни світу мають чималий досвід у сфері формування і використання дієвих культурологічних важелів забезпечення полівекторного розвитку підприємств, який слід враховувати в умовах вітчизняної економіки.

1. Latusek-Jurczak D. Polscy przedsiębiorcy w Dolinie Krzemowej / D. Latusek-Jurczak // Management and Business Administration. Central Europe. – 2012. – Vol. 21. – No. 1 (120). – P. 30-40. 2. Mierzejewska B. Czego możemy nauczyć się od Japończyków? [Електронний ресурс] / B. Mierzejewska // E-mentor. – 2008. – №1 (23). – Електронні дані. – Режим доступу: http:// http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/23/id/516. – Назва з екрану. – Дата звернення: 10.09.2015 р. 3. The EU explained: culture and audiovisual. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014. – 12 pp.

Жайворонок І.Р., Кулініч Т.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

СТВОРЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ПАСИВНОГО ДОХОДУ НАСЕЛЕННЯ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ БІРЖОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ В УКРАЇНІ

Як зберегти та примножити свої заощадження? Дане питання зараз різко постає перед значною частиною населення України. Визначним є те, що обговорюється воно як в колах домогосподарств так і серед підприємців, менеджерів, інвесторів тощо. Розглядаються різні варіанти, оцінюються ризики та приймаються не завжди адекватні рішення.

З огляду на те, що питання збереження та примноження заощаджень вимагає прийняття управлінських рішень, для прийняття оптимального слід звернутися до стандартного скрипту цього процесу, а саме: визначення цілей, аналіз ситуації та середовища, визначення альтернативних варіантів рішень, вибір конкретної альтернативи та прийняття рішення.

Ціль – збереження заощаджень домогосподарств шляхом інвестування їх в прибуткові активи та ліквідні фінансові інструменти. Щодо *аналізу ситуації та середовища*, то попередній фінансовий рік запам'ятається українцям як рік знецінення Національної валюти, галопуючої інфляції (42%), зниженням реального сектору економіки та високої волатильності курсу гривні до валют основних світових економік [1]. Важливою є динаміка курсу української гривні до долара США на «чорному ринку», оскільки саме він показує реальний стан речей. Всі згадані вище процеси мають негативний вплив на багатство домогосподарств та на їхнє майбутнє фінансове становище.

Пересічному українцю зрозуміло, що забезпечене майбутнє залежить від створеного ним пасивного доходу в теперішньому. Серед *альтернативних джерел* пасивного доходу виділяють: банківський депозит, інвестиції в нерухомість, пенсійні рахунки, цінні папери тощо. *Банківський депозит* є цікавим об'єктом аналізу, оскільки варіація умов депозитних вкладів серед однойменних фінансових установ є великою та пропонує високий дохід у майбутньому. Проте, тут є ряд ризиків пов'язаних з інфляцією, зміною процентних ставок та загальною слабкістю банківської системи (БС) в Україні [2]. *Інвестиції в нерухомість*, як можливе джерело, протягом довгого періоду вважалося найбільш надійним, оскільки характеризувалося високою дохідністю та низькими ризиками. Але, світова криза 2008 р. в США, спровокована обвалом ринку нерухомості, довела, що ідеальних активів не існує, а знецінення нерухомого майна може досягти 90% [3]. Ще один інструмент – *пенсійні рахунки* і відповідні інституції (*пенсійні фонди*) є дуже популярними серед середнього класу в Європі та США. Більше того, заяви уряду та парламенту України про необхідність створення недержавною пенсійної системи звучать багатообіцяюче. Однак, для реалізації такого масштабного проекту спочатку слід налагодити БС та досягти прийнятних темпів інфляції. А отже, на даний момент такий варіант є неактуальним [4].

Останніми з перелічених вище джерел пасивного доходу є *цінні папери* (ЦП). Саме світовий ринок ЦП може стати найкращим інструментом для багатства населення [5]. Сучасні технології дозволяють торгувати акціями найбільших світових компаній не виходячи з дому. Проте, самостійно люди, без спеціальної освіти та досвіду не досягнуть успіху у такій торгівлі. Управляти їх активами повинні професіонали з фондового, товарного та валютного ринку.

Чого слід очікувати від ринку біржових посередників? Реалізація програми державної стратегії з розвитку та популяризації діяльності посередників на біржах буде розумним заходом для систематичного збагачення населення в майбутньому. Дані суб'єкти ринку будуть популяризувати інвестиції в ЦП. Окрім того, акумульовані ними кошти будуть інвестуватися в міжнародні біржові інструменти, які характеризуються високою прибутковістю. В результаті буде отримано зовнішнє джерело доходу для населення, яке сприятиме і економічному розвитку економіки України.

1. Фінансовий портал «Мінфін» [Е-ресурс]. – Режим доступу : http://index.minfin.com.ua/index/infl; 2. Офіційне І-представництво НБУ : [Е-ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua; 3. Шегорцева В.М. Финансовый кризис в США: причины, последствия, механизм возникновения/ В.М. Шегорцева [Е-ресурс]. – Режим доступу : http://www.mirovoy-crisis.ru/crisis-usa.php; 4. Mankiw, N.G. (2011) Principles of Economics, Cengage Learning, 6th ed., 890 p.; 5. Elder, A. (2014) Study Guide for the New Trading for a Living. Wiley, 152 p.

Зінченко О.А.
Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ

Подібно компаніям і продуктам, країни, міста і окремі регіони також мають притаманні саме їм особливості. Успішний бренд грає важливу роль в розвитку економіки, культури та туристичної інфраструктури території.

Імідж як специфічний ідеальний образ формується на основі об'єктивної інформації про характеристики і потенціал території, природно-кліматичне середовище, стан інфраструктури, комунікацій, соціального клімату і умов життєзабезпечення, створюючи реальне уявлення про регіон і відбуваються в ньому процесах. Позитивний імідж регіону виступає в якості нематеріального чинника, стимулюючого соціально економічний розвиток території, реалізуючи свою економічну функцію через залучення капіталу, в тому числі інвестиційних ресурсів і економічно активного населення.

Серед різноманіття інструментів формування іміджу регіону найбільш перспективних визнається розвиток інноваційного потенціалу регіону. Інноваційний вектор розвитку стає неодмінним атрибутом формування позитивного іміджу регіону.

В основі структури інноваційного іміджу ми виділяємо інтелектуальні, освітні та наукові ресурси регіону. Науковий ресурси забезпечують достатній рівень для реалізації і супроводу інноваційної активності в регіоні і включають: кадри науки (чисельність, склад наукових кадрів) організаційну структуру науки (чисельність і склад наукових установ), інформаційні ресурси науки.

Інтелектуальні ресурси характеризують забезпеченість інноваційного процесу в регіоні людськими ресурсами за рівнем розвитку освітньої підготовки, якості рівня освіти, а також установами освітньої сфери, які беруть участь в фундаментальної і спеціальної підготовки фахівців, для реалізації інноваційної діяльності. Однією з проблем освітньої складової інноваційного потенціалу, полягає в депопуляції населення, відсутність грамотної довгостроковій демографічної політики в регіонах, трудова міграція висококваліфікованих кадрів в столичні регіони, за кордон. Що вказує на необхідність розробки регіональних програм, спрямованих на розробку демографічної та міграційної стратегії залучення в регіон фахівців з високим інтелектуальним рівнем для участь в інноваційній діяльності, а також розвитку системи регіональної освіти. Наукові та інтелектуальні ресурси, по розподілені країні вкрай нерівномірно, що в кінцевому підсумку, відбивається на рівні інноваційної активності тих чи інших регіонів.

Разом з тим, на нашу думку, високий професійний рівень фахівців регіону представляється необхідною умовою його інноваційності території. Виробничо-технологічні ресурси включають застосування технологій і їх тип; стан основних виробничих фондів; технологічне обслуговування; комп'ютерні системи; обладнання та матеріали; систему якості, спрямовані на здійснення інноваційної діяльності в регіоні.

Матеріально-технічні ресурси, будучи «речової основою», обумовлюють техніко-технологічну базу потенціалу, яка визначає масштаби і темпи інноваційної активності в регіоні. Ступінь використання науково-технічного потенціалу визначається результативністю інноваційної сфери регіону: кількістю винаходів, ліцензій, патентів, промислових зразків, виграних грантів і т. п.

Перешкода на шляху розвитку регіональних інновація стають високі темпи фізичного і морального зносу технічної бази, відсутність прогресивних технологій в ряді галузей інновацій в окремих регіонах.

Формування високого технологічного рівня регіонального виробництва і технологій, є важливою умовою розвитку інноваційної діяльності та підвищення ступеня радикальності її результатів, що потребує оновлення технологій і виробничих потужностей, переважання інтенсивних шляхів розвитку, підвищення наукоємності технологій і створення результативної системи якості інноваційної системи регіону [1, с. 92].

Інформаційні та управлінського ресурси інноваційного потенціалу регіону включають нормативно правову базу інноваційної діяльності, а також інноваційні можливості в області комунікації, поширення інформації про інноваційні проекти, що реалізуються в регіоні.

Серйозною проблемою в сприйнятті інноваційного іміджу території є низька інформованість контактних груп про основні інноваційні проекти регіону і досягнутих результатах, що є наслідком недостатньої координації дій суб'єктів управління у формуванні та управлінні іміджем, а також відсутність оформленої стратегії просування регіонального інноваційного іміджу.

В даний час, для більшості вітчизняних регіонів, важко вирішуваною проблемою у формуванні інноваційного іміджу регіону стала хаотичність і відсутність структурованої подачі матеріалу, що відображає динаміку інноваційних процесів в регіоні. Рішення даної проблеми полягає в розробці інформаційної стратегії позиціонування території, як інноваційно активної і постійно модернізується.

Управлінський ресурс відіграє важливу роль у формуванні іміджу: вибрані регіональною владою пріоритети розвитку, підтримка інноваційної активності і створення інноваційної інфраструктури сприяють зміцненню образу регіону, як інноваційної території. Інноваційно орієнтована система управління регіональної влади і сильна стабільна політична воля в консолідації з інноваційною моделлю розвитку і програмою модернізації соціокультурної інфраструктури регіону сприяють формуванню інноваційного іміджу.

Величина фінансових коштів, спрямованих на проведення науково-дослідних робіт і витрат на створення нової техніки, обсяг інвестицій в реалізацію інноваційних програм характеризує фінансові ресурси інноваційного потенціалу регіону.

Цільовий характеристикою інноваційного потенціалу виступає результативна складова, яка знаходить своє відображення у вигляді кінцевого інноваційного продукту, отриманого в процесі реалізації наявних ресурсів, багато в чому зумовлених внутрішнім станом самої інноваційної сфери регіону. Ступінь інтенсивності інноваційного процесу характеризується кількісними показниками, такими як інноваційна активність регіону, коефіцієнт інтенсивності створення інновації, коефіцієнт насиченості використаними процес-інноваціями та ін.

Внутрішня складова інноваційного потенціалу забезпечує реальну здатність і ефективність функціонування всіх інших елементів, характеризує готовність системи до здійснення інноваційної діяльності. Внутрішня складова реалізується через процеси створення і впровадження інноваційного продукту, забезпечення взаємодії учасників інноваційної діяльності, а також форми і методи управління інноваційним процесом [2, с.133].

Глибока взаємозалежність всіх складових інноваційного потенціалу визначає необхідність виявлення на практиці їх оптимального співвідношення (виходячи з ролі і значущості, яку вони відіграють у формуванні та розвитку потенціалу.

Інноваційний потенціал регіону, як і всякий ресурс це багатофакторне умова, що включає наукове, кадрові, науково-технічні, виробничі, технологічні, фінансові, інформаційні та організаційні ресурси. Таким чином, інноваційний потенціал регіону включає в себе сукупність ресурсів, передумов і факторів, що характеризують здатність регіону до інноваційного розвитку. використовуючи існуючі альтернативні підходи до характеристики структури інноваційного потенціалу регіону, ми особливо виділяємо науково-технічний і інтелектуальній потенціал. Всі елементи, складові інноваційний потенціал, в кожному з підходів мають самостійний зміст, але не є рівнозначними, незалежними і завершеними, що посилює необхідність їх глибокого вивчення з метою формування інноваційного іміджу.

1. Зінченко О.А. Розвиток інтеграційних процесів на регіональному рівні: інформаційний аспект [Текст] / О.А. Зінченко // Європейський вектор економічного розвитку. – Дніпропетровськ: ДУАН, 2015. - № 1 (18). – С. 92–99. 2. Мешко Н.П. Високотехнологічні послуги, як інноваційний фактор розвитку світового господарства в умовах глобальної економічної інтеграції [Текст] / Н.П. Мешко, Д.М. Щитов // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій», 2016. Випуск 6. – С.133 – 140.

Каскарбаева Г.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВА КАЗАХСТАНА И ИРАНА В НОВОМ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

Казахстанско-иранские торгово-экономические отношения вошли в новый этап развития. В этом контексте важным является казахстанско-иранский Деловой Совет, укрепляющий сотрудничество двух стран, а также казахстанско-иранский бизнес-форум, прошедший в иранской столице.

Республика Казахстан и Исламская Республика Иран активно взаимодействуют в рамках региональных и международных организаций (ООН, СВМДА, ШОС, ОЭС, Специальной рабочей группы по Каспийскому морю и др.), вместе с тем активно развивают торгово-экономическое сотрудничество между странами. Товарооборот между странами за последние три года составил: в 2013 – $620,5 млн., в 2014 г. - $987,1 млн., за январь-ноябрь 2015 – $560 млн., что на 427 млн. меньше чем за весь 2014 г.[1]. Как отмечает ряд экспертов, при условии реализации намеченных планов, товарооборот стран может составить порядка 3-4 млрд. долларов.

Согласно Меморандуму о сотрудничестве Деловых Советов Казахстана и Ирана от октября 2015 года, организатором заседания Делового Совета по активизации торгово-экономического сотрудничества является Внешнеторговая Палата Казахстана. По словам председателя правления Внешнеторговой палаты Казахстана Меирбека Мажитова, основными направлениями деятельности Деловых Советов стран стали: выявление конкретных возможностей для расширения сотрудничества в деловой сфере, анализ проблем, характерных для двустороннего сотрудничества, разработка рекомендаций по устранению препятствий, создание дополнительных возможностей для диалога и общения представителей деловых кругов наших стран [2].

В рамках Казахстанско-иранского бизнес-форума, организованного холдингом «Байтерек», состоялось первое заседание делового совета двух стран. Итоги заседания делового совета и организованная в его рамках «торговая миссия» ознаменовались заключением первого контракта в $30 млн. на поставку мяса говядины и баранины.

Казахстан представили в обрабатывающем, пищевом, машиностроительном, нефтехимическом, агропромышленном секторах экономики, в том числе в банковской, туристической, фармацевтической сферах. Как отмечает сопредседатель иранско-казахстанского делового совета Амир Абеди, отныне банковская система Ирана предоставляет возможность для ведения корреспондентских отношений с банками Казахстана[3]. Также рассматривались вопросы облегчения визового режима между Казахстаном и Ираном.

7 февраля 2016 года, в рамках казахстанско-иранского форума, Холдинг «Байтерек» и Национальный фонд развития Ирана рассмотрели возможность создания совместного инвестиционного фонда. Сторонами обсуждены возможности инвестиций в горнорудную отрасль Казахстана, вопросы поставок в Иран локомотивов казахстанского производства. Кроме того, достигнуты договоренности о сотрудничестве в сфере производства кальцинированной соды. Подписаны предварительные соглашения о поставках в Иран казахстанской мясной продукции, металлопрокатной продукции, строительных материалов[4].

---

[1]Сайт Комитета по статистике МНЭ РК http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersCrossTrade?_afrLoop=26947963902329799#%40%3F_afrLoop%3D26947963902329799%26_adf.ctrl-state%3Dkqy7mftak_63

[2] сайт Внешнеторговой палаты Казахстана http://kazchamber.net/kazaxstansko-iranskij-delovoj-sovet-ukreplyaet-strategicheskoe-partnerstvo-dvux-stran.html

[3] Сайт газеты «Казахстанская правда»/ Иранский вектор: рынки и возможности http://www.kazpravda.kz/articles/view/iranskii-vektor-rinki-i-vozmozhnosti1/

[4] Сайт НУХ «Байтерек»/Холдинг «Байтерек» и Национальный фонд развития Ирана рассматривает возможность создания совместного инвестиционного фонда http://www.baiterek.gov.kz/ru/news/events/3452/

В этой связи, важным является, запущенная в декабре 2014 года Президентами Казахстана, Ирана и Туркменистана железная дорога Узень – Горган, протяженностью 928 км., посредством которой Казахстан получает прямой путь в страны Персидского залива в обход морских маршрутов.

Продолжительные отношения между Казахстаном и Ираном характеризуются стабильностью и высоким уровнем взаимного диалога. Об этом свидетельствуют визиты глав государств Республики Казахстан и Иранской Республики Иран. В ходе визитов, приняты межправительственные соглашения. В частности, пятилетняя программа о сотрудничестве между министерством иностранных дел РК и министерством иностранных дел ИРИ, соглашение между Правительством Республики Казахстан и Правительством Исламской Республики Иран о международных автомобильных перевозках пассажиров и грузов, дорожная карта по развитию торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества между Республики Казахстан и Исламской Республики Иран[5]. Так, 14 октября 2016 года, выступая на заседании межправительственной комиссии, министр по инвестициям и развитию РК А.Исекешев, отмечая активное политическое взаимодействие стран выразил намеренность дальнейшего сотрудничества между странами. В Казахстане зарегестрировано 400 казахстанско-иранских предприятий, 160 из которых действуют.

9-10 ноября 2015 года в ходе визита казахстанской делегации под руководством первого заместителя Министра иностранных дел РК, Комиссара Международной специализированной выставки «ЭКСПО-2017» Рапиля Жошыбаева в Исламскую Республику Иран были обсуждены перспективы сотрудничества, а также рассмотрены вопросы развития двусторонних отношений в политическом, экономическом, научно-техническом и гуманитарных сферах. Создана рабочая группа с целью совместного развития торгово-экономических отношений между Ираном и странами ЕАЭС, а также рассмотрения вопроса подписания соглашения по свободной торговле между Ираном и ЕАЭС.

Выводы. Данные мероприятия, в ходе которых обсуждены новые сферы сотрудничества и определены дальнейшие действия по активизации торгово-экономического сотрудничества свидетельствуют о выведении двусторонних отношений в активную фазу. Достигнутые договоренности характеризуют развитие двусторонних торгово-экономических отношений в позитивном ключе. Вместе с тем, способствуют развитию многосторонних отношений, в том числе поддержке и укреплению в мировом сообществе. Снятие санкций с Ирана придает новый импульс развитию отношений и открывает новые возможности для Казахстана. Казахстан экспортирует в Иран, в основном, зерновую продукцию и сталь. Казахстанские компании интересует производство строительных материалов, транзит, драгоценные металлы. Отмечаются положительные тенденции развития отношений в привлечении иранских туристов на ЭКСПО-2017. Подписанный протокол о прямых авиарейсах между Казахстаном и Ираном свидетельствует о дальнейшем сотрудничестве на высоком уровне и развитий двусторонних отношений в положительном ключе. Важную роль имеет железная дорога Казахстан – Туркменистан – Иран, развивающая транзитный потенциал между странами и способствующая росту товарооборота. Развитие торгово-экономических отношений между Ираном и ЕАЭС в контексте введения зоны свободной торговли будет способствовать расширению экономического сотрудничества Ирана со странами участниками. В этом контексте наблюдается заинтересованность Ирана во взаимодействии с ШОС и ЭПШП, что также будет способствовать активизации торгово-экономического сотрудничества между странами-участниками. Рассматривается возможность введения безвизового режима между странами, что облегчит передвижение граждан между странами и будет способствовать активизации сотрудничества.

[5] Официальный сайт Президента РК http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/page_217849_sovmestnaya-press-konferentsiya-prezidenta-kazakhstana-nursultana-nazarbaeva-i-prezidenta-irana-khasan

Кара Н.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЦІЛІ ТА НАПРЯМКИ СУЧАСНОЇ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТНК

У сучасному глобальному середовищі здатність підприємства до технологічних інновацій стає головним джерелом його конкурентоспроможності. Технологічна політика підприємства – це сукупність принципів та видів діяльності, на основі якої обираються, розробляються та впроваджуються нові продукти та технологічні процеси. Виділяють такі основні завдання технологічної політики підприємства: 1) моніторинг наукових інновацій в країні та світі, а також загальних технологічних тенденцій; 2) визначення факторів, які стимулюють інновації; 3) формування організаційної структури управління підприємством, яка сприятиме здійсненню безперервного інноваційного процесу та мотивації персоналу; 4) координація та досягнення узгодженості дій різних підрозділів підприємства щодо проведення НДДКР [1,2].

Необхідність здійснення продуманої технологічної політики особливо стосується роботи транснаціональних корпорацій. У переважній більшості галузей ТНК більше не можуть конкурувати лише з деякими національними компаніями, вони змушені конкурувати з іншими монополістами, які мають такі ж переваги географічної диверсифікації. Тому за таких умов, справді передові компанії – це ті, котрі спроможні відслідковувати всі ринкові та технологічні тенденції, творчо реагувати на ті можливості та загрози, які несуть ці тенденції, постійно генерувати нові ідеї та продукти, швидко та ефективно їх використовувати із врахуванням глобального масштабу. Саме технологічна політика слугує глобальним цілям фірми, зокрема, зниженню ризиків і виживанню в сучасних умовах, а також підвищенню ефективності діяльності. Інтернаціоналізація НДДКР спрямована на досягнення цих цілей за допомогою таких переваг [1,2]:

- інтернаціоналізація НДДКР полегшує доступ до обмежених ресурсів. Зокрема, зосередження досліджень та розробок у центри розвитку науки та техніки дозволяє компанії бути ознайомленою з новинками науки і техніки і в найкоротші терміни отримувати необхідну інформацію, а також отримувати доступ на місцевий ринок венчурного капіталу;
- інтернаціоналізація НДДКР наближує компанію до її споживача, особливо, коли фірма застосовує стратегію продуктової диференціації і намагається досягнути максимальної відповідності свого продукту запитам місцевого споживача. Крім того, це сприяє зниженню витрат на виробництво продукції за рахунок потенціалу глобального синергізму;
- інтернаціоналізація здійснюється також з метою зниження витрат та ризиків. З цією метою НДДКР переносяться в країни з найменшою вартістю робочої сили або інших факторів, або шляхом кооперації із закордонними фірмами чи науково-дослідними інститутами;
- уникнення законодавчих обмежень шляхом перенесення досліджень в іншу країну.

Глобальна орієнтація не лише робить інновації більш вагомими для ТНК, але й обумовлює необхідність пошуку нових шляхів створення інновацій. Традиційно більшість ТНК застосовують один з таких видів здійснення технологічної політики, а саме: політику глобального центру і політику поліцентризму.

Стосовно політики глобального центру, то вона полягає в пошуку нових технологій в країні базування з метою створення нових продуктів за допомогою централізованих ресурсів материнської компанії ТНК і поширення інновацій на підрозділи ТНК в різних країнах.

Централізація НДДКР зумовлена такими причинами: 1) необхідністю контролю над технологією з боку керівництва ТНК; 2) необхідністю тісної співпраці між розробкою документації та обладнання, а в подальшому – між функціями виробництва та розвитку технології; 3) в умовах жорсткої конкуренції централізація скорочує час на проведення НДДКР.

Однак основний ризик централізованого проведення технологічної політики полягає у тому, що результат інновацій не може достатньо точно відображати місцеві ринкові потреби, а також можливі труднощі із впровадженням нової технології через спротив з боку дочірніх компаній прийняттю централізованих рішень.

Інший традиційний вид здійснення технологічної політики – політика поліцентризму – передбачає, що дочірні компанії ТНК використовують власні можливості та ресурси для розробки нових технологій. Це дозволяє відображати потреби різних країн, в яких функціонує ТНК. В сучасних умовах глобалізації, не дивлячись на те, що в більшості галузей виготовляються стандартизовані продукти, необхідність врахування особливостей місцевого попиту та відмінностей країн не зникає. Хоча у такого інноваційного процесу є і певні недоліки: 1) не завжди обґрунтоване прагнення національних підрозділів до автономності; 2) дублювання функціональних зусиль, вже здійснених в інших дочірніх компаніях ТНК; 3) виникнення додаткових витрат на здійснення НДДКР [3].

Отже, при проведенні технологічної політики менеджери транснаціональних корпорацій повинні одночасно підвищувати ефективність як централізованих, так і локальних інновацій, а також залучати нові форми пошуку здійснення інновацій. Такими новими методами технологічних інновацій є розподілена система технологічного розвитку та інтегрована система технологічного розвитку.

Перший вид включає використання ресурсів національного підрозділу з метою створення інновацій не лише для місцевих потреб, але і для світових. Це дозволяє керівництву ТНК об'єднати інноваційні ресурси всіх дочірніх компаній для використання всієї корпорації. Таким чином, ТНК має можливість реагувати на ринкові зміни в одній країні, і використовувати їх для виявлення схожих тенденцій в інших країнах. Цей спосіб проведення технологічної політики потребує від керівництва ТНК розвивати процес навчання кадрів дочірніх компаній, координувати їх діяльність у сфері НДДКР, і одночасно підвищувати ефективність використання інновацій.

Другий вид здійснення інноваційної політики передбачає об'єднання ресурсів та можливостей всіх складових ТНК з метою спільного створення та впровадження інновацій. У цьому разі кожен структурний підрозділ своїми власними ресурсами сприяє розробці спільних інновацій. Цей вид технологічної політики найбільше підходить за умов, коли потреба в інноваціях не відповідає можливостям певного підрозділу ТНК в закордонній країні або коли об'єднані зусилля та ресурси декількох структурних одиниць можуть сприяти ефективнішій розробці технології. Саме створення гнучких зв'язків дозволяє досягнути ефекту синергії для ТНК.

Отже, завдання менеджера ТНК полягає не в сприянні поширенню певного виду інноваційного процесу, а в пошуку та впровадженні таких організаційних систем управління, що б сприяли ефективності цих процесів. Тобто, підвищуючи ефективність кожного виду інноваційного процесу, необхідно створювати умови, що дозволяють впроваджувати технологічні інновації всіма способами одночасно.

1. Международный менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. С.Э.Пивоварова, Д.И.Баркана, Л.С.Тарасевича, А.И.Майзеля. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 624 с. 2. Гофман Н.Ф., Маховикова Г.А. Основы внешнеэкономической деятельности. – СПб: Питер, 2001. – 208 с. 3. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навч.посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.

Когут У.І., Манзіроха А.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ І ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інтеграційні процеси, що відбуваються між Україною та Європейським Союзом сприяють розвитку та тіснішій співпраці України з ЄС у сфері торгівлі товарами та послугами, в тому числі в галузі інформаційних технологій (ІТ).

Про достатньо тісну співпрацю України та ЄС в ІТ-галузі свідчать дані щодо обсягу експорту та імпорту ІТ-продукції з країнами ЄС. Зокрема, обсяг експорту послуг у сфері телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг в країни ЄС у 2014 р. становив 680 млн.дол. США (17,05% обсягу експорту послуг України в країни ЄС), що на 129 млн.дол. більше, ніж у попередньому році, а обсяг імпорту послуг – 276 млн.дол. США (8,77% обсягу імпорту послуг України з країн ЄС), і у порівнянні з попереднім роком скоротився на 173 млн.дол. [1, с. 186]. В структурі експорту послуг України до країн ЄС у 2015 р. послуги у сфері телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги склали 18,5% [2]. Як видно з наведеної інформації, експорт ІТ-послуг більш, ніж у понад 2 рази перевищує їх імпорт та має тенденцію до зростання, що свідчить про досить високий рівень міжнародної конкурентоспроможності та розвиток даної галузі в Україні.

За результатами дослідження «IT Ukraine», проведеного Ю.Сичіковою та Є.Кугук встановлено, що Україна – перша країна в рейтингу у регіоні Центральної і Східної Європи за кількістю випускників, які виходять на ринок праці (за підрахунками станом на 2015 р. налічується 900 тис. професіоналів і очікується до 2020 р. – ще 200 тис. професіоналів). В рамках цього дослідження міжнародний експерт Філіп Хатч довів, що Україна може експортувати інформаційних технологій на суму 275 млрд.дол. США [3]. У 2012 році згідно з дослідженням Exploring Ukraine IT Outsourcing Industry Україна зайняла 4-е місце у світі за кількістю сертифікованих ІТ-спеціалістів [4].

Вищенаведена інформація свідчить, що Україна має великі потенційні можливості розвитку ІТ як експортоорієнтованої галузі, продукція якої може гідно конкурувати на європейському та інших ринках. Високі темпи розвитку даної галузі в Україні та за кордоном, потреба у спеціалістах на ринку ІТ-галузі та достатньо високий рівень кваліфікації українських ІТ-кадрів створюють додаткові можливості для розвитку даної сфери в Україні та співпраці українських компаній з європейськими. Враховуючи те, що українські ІТ-кадри користуються великим попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, можна зробити висновки про значний потенціал розвитку даної галузі в Україні, зокрема експортний.

Про великі потенційні можливості України в сфері експортної діяльності ІТ свідчить і той факт, що до щорічного рейтингу 100 кращих аутсорсингових компаній Міжнародної асоціації IAOP у 2015 році увійшло 10 українських компаній - SoftServe, Eleks, Sigma, Miratech, EPAM, Ciklum, Luxoft, Intetics, Softjourn і TEAM International Services [5]. При чому, перші чотири компанії були засновані в Україні, а решту – є міжнародними, але мають філії в Україні.

Тісній співпраці та партнерству України з ЄС в сфері ІТ сприяє Угода про асоціацію між Україною та ЄС, главою 9 якої розглядаються питання інтелектуальної власності, та зокрема питання прав власності на комп'ютерні програми. Ст. 181 глави 9 Угоди про Асоціацію передбачено, що роботодавцю належать усі виключні майнові права на створену найманим працівником комп'ютерну програму на виконання своїх трудових обов'язків або відповідно до вказівок роботодавця, якщо інше не передбачено контрактом [6, с. 181]. Це сприяє підвищенню інвестиційної привабливості даної галузі для європейських інвесторів.

Слід відмітити, що ст. 429 Цивільного кодексу України передбачено, що майнові права інтелектуальної власності на об'єкт, створений у зв'язку з виконанням трудового договору, належать працівникові, який створив цей об'єкт, та юридичній або фізичній особі, де або у якої він працює, спільно, якщо інше не встановлено договором [7, с. 429]. Така ситуація потребує приведення норм чинного законодавства України у відповідність до європейських.

Позитивним моментом у подальшій співпраці України та ЄС в галузі ІТ є також запровадження безвізового режиму з країнами ЄС, яке заплановане в найближчій перспективі. Це полегшить співпрацю в частині підписання контрактів, налагодження контактів, підвищення кваліфікації та спільного виконання проектів в галузі ІТ, покращить доступ до європейських ІТ-ринків та сприятиме розвитку даної галузі.

У розвитку інформаційних технологій дуже важливо розвивати ринок стартапів, що дасть змогу залучати іноземний капітал та створювати спільні підприємства і в подальшому тісніше співпрацювати з країнами ЄС. Це також створить додаткові можливості розвитку експортного потенціалу України та сприятиме експорту здебільшого ІТ-продукції, а не ІТ-кадрів, як це відбувається зараз.

Як зазначається в дослідженні «IT Ukraine», ІТ-галузь України в умовах євроінтеграції має більші шанси отримати фінансування на програми розвитку, зокрема на стартапи. На сьогодні в Україні у галузі ІТ їх існує більше 2000 [3]. У рейтингу Startup Ranking, що досліджує кількість успішних стартапів по країнах, Україна зайняла 33 місце серед 152 країн, із кількістю 138 успішних стартапів. Більшість з них започатковано у сфері інформаційних технологій [8]. Це посприяло приходу в Україну міжнародних інвесторів і ще раз свідчить про великі можливості розвитку українського ІТ-бізнесу.

Актуальними питаннями розвитку подальшої співпраці з ЄС для України є вихід на ринок державних замовлень країн ЄС. У сучасних умовах господарювання країни ЄС використовують систему електронного уряду, і на сьогодні актуальним для них є питання державних електронних закупівель, що потребує відповідного програмного забезпечення. Це непогана можливість для українських програмних продуктів щодо виходу на ринок державних електронних замовлень країн ЄС.

Таким чином, в Україні сильні ІТ-кадри та високий рівень підготовки програмістів, що забезпечує могутній потенціал для розвитку ІТ-індустрії. І, якщо Україна вирішить проблеми з корупцією, захистом інтелектуальної власності, зробить більш сприятливе законодавче та податкове середовище, забезпечить тісну співпрацю ІТ-галузі з урядом та системою освіти, є всі підстави вважати, що дана галузь в Україні буде успішно розвиватися та посилюватись співпраця України з ЄС в цій сфері. Співпраця з ЄС у сфері ІТ дасть змогу розробити належну систему регулювання ІТ-ринку, що стимулюватиме конкуренцію та збільшення обсягів інвестицій.

Питання подальшої тіснішої співпраці України та ЄС в галузі інформаційних технологій є дуже важливим і тому, що вихід вітчизняних ІТ-компаній на європейський ринок є своєрідним індикатором якості їхніх послуг, що створює відповідний імідж даним компаніям з метою виходу на нові ринки в галузі та розвитку.

1. Співробітництво між Україною та країнами ЄС: Статистичний збірник – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 270 с. 2. Сфера інформатизації. Офіційний веб-портал Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=151&language=uk. 3. IT Ukraine. IT services and software R&D in Europe's rising tech nation [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.uadn.net/files/ua_ hightech.pdf. 4. Exploring Ukraine - IT-Outsourcing Report 2012 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.bughuntress.com/files1/Exploring-Ukraine-IT-Outsourcing-Industry-2012.pdf. 5. The 2015 Global Outsourcing 100 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.iaop.org/Content/19/165/4129. 6. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, від 27.06.14 № 75 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011. 7. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV зі змінами від 25.12.15р. № 922-VIII [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15. 8. Startup ranking [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.startupranking.com/countries.

Козак Л.С., Федорук О.В.
Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Загальносвітові зміни у глобальному технологічному укладі, що пов'язані з використанням науково-технічних досягнень, забезпечили зближення різних частин світогосподарського простору. З посиленням взаємозалежності економік окремих країн їх державна технологічна політика виходить за національні рамки, ґрунтується на засадах використання стратегії інноваційної діяльності, без якої неможливий подальший розвиток економіки держави. Ефективна інноваційна діяльність країни сприяє активізації процесів міжнародного науково-технічного співробітництва та створенню умов для зближення інноваційних процесів на національному і глобальному рівнях [1]. Сьогодні в Україні вкрай необхідним є здійснення економічних реформ та побудова нової системи господарювання на засадах посилення значення інноваційних компонентів економічного зростання як факторів активізації та якісного удосконалення виробництва відповідно до визначальних тенденцій світового економічного розвитку.

У глобальній економічній конкуренції виграють країни, які забезпечують сприятливі умови для наукових досліджень і науково-технічного прогресу. В Україні існують об'єктивні передумови формування інноваційної економіки. Швидкий вихід України з фінансово-економічної кризи цілком можливий через реалізацію її конкурентних переваг, які повинні бути доповнені ефективною державною політикою [2]. Сьогодні проблема створення економічного механізму, що дозволяє генерувати, відтворювати та використовувати науково-технічні інновації для підвищення темпів економічного розвитку й якості життя населення, набуває надзвичайно важливого значення. Зростання ролі інновацій у розширеному відтворенні та зміцненні національної безпеки, обмеженість ринкових механізмів у сфері отримання і впровадження науково-технічних результатів зумовлює необхідність державного регулювання інноваційної діяльності. Для України потреба у стимулюванні нововведень спричинена необхідністю подолання технологічного відставання та поступового входження до групи високорозвинених країн світу.

Державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності; формування та реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм; створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності; захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності; фінансової підтримки виконання інноваційних проектів; стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів; встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності; підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури [3]. Головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції [4].

Стратегічними пріоритетними напрямами інноваційної діяльності в Україні на 2011–2021 рр. є: освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії; освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки; освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій; технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу; впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики; широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки [5].

Таким чином, розвиток економіки України спрямований на створення нового технологічного укладу, застосування сучасних методів і форм управління інноваційними процесами, забезпечення відповідності виробничо-збутової діяльності підприємств вимогам світових стандартів продовольчого ринку. Інноваційна діяльність є основою для випуску конкурентоспроможної продукції, зміцнення конкурентних позицій підприємств, підвищення ефективності виробництва. Інноваційні процеси відіграють важливу роль в успішному розвитку підприємства, організації, регіону і держави. В умовах конкурентної боротьби за споживача та ринки збуту підприємства повинні постійно впроваджувати інновації, удосконалювати і розробляти нові вироби, використовувати прогресивні технології та системи управління господарською діяльністю. Активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств є однією з головних передумов сталого розвитку національної економіки.

Слід зауважити, що сьогодні стан інноваційної діяльності в Україні характеризується недостатніми обсягами реалізованої інноваційної продукції, низьким рівнем підприємницької активності в інноваційній сфері малого та середнього бізнесу, який є найбільш масовою, динамічною та гнучкою формою організації підприємств, рушієм економічного зростання [6]. Основною проблемою в інноваційній сфері залишається низька сприйнятливість підприємницького сектора до інновацій, що обмежує зростання продуктивності праці, зниження енергоємності виробництва, не створює підґрунтя для модернізації та структурної перебудови економіки, не забезпечує її якісного оновлення. Основними причинами погіршення стану інноваційної сфери є: несформованість економічних стимулів щодо залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси; обмежений обсяг фінансування наукової діяльності з державного бюджету; недосконалість інституційно-правових механізмів для забезпечення формування ефективної системи органів публічного управління, яка б здійснювала регулюючий вплив на суб'єктів інноваційної діяльності, створювала стимули для інвестування в інновації; недосконалість інституційного забезпечення трансферу технологій, невизначеність організаційно-правових засад функціонування кластерів, неналежний рівень організації інформаційного забезпечення, що перешкоджає розвитку науково-дослідної та технологічної кооперації в інноваційній сфері; несформованість у повній мірі інституційних умов для розвитку інноваційної інфраструктури, зокрема, технопарків, технополісів, високотехнологічних інноваційних підприємств, венчурних фондів, центрів трансферу технологій.

1. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / [Ю.М. Бажал, О.М. Бойко, І.О. Булкін та ін.; за заг. ред. В.М. Гейця та ін.]. – К.: НАН України, 2015. – 334 с. 2. Інноваційний потенціал України в міжнародних відносинах: монографія / [М.М. Рижков, О.П. Кучмій, Н.Б. Бєлоусова та ін.]. – К.: Центр вільної преси, 2014. – 283 с. 3. Школа І.М. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І.М. Школа, І.В. Бутирська. – Чернівці: Книги - XXI, 2010. – 311 с. 4. Інноваційний менеджмент: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Н.М. Буняк, А.Ю. Горбовий, Л.Г. Ліпич, О.М. Степанюк. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – 240 с. 5. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: підручник / Т.О. Скрипко. – К.: Знання, 2011. – 423 с. 6. Полякова Ю.В. Міжнародний інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Ю.В. Полякова, З.Я. Макогін. – Львів: Вид-во ЛКА, 2015. – 239 с.

Коломієць О.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДОСВІД ЄС У СФЕРІ ВИКОРИСТАННЯ ПОДАТКОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

Податковий інструментарій державного управління підприємництвом є одним з визначальних рушіїв економічного зростання в економічно розвинутих країнах світу. Виважена й стратегічно орієнтована податкова політика є передумовою активізації підприємницької діяльності, формування сприятливих умов інноваційно-інвестиційного розвитку, а також зростання обсягів ВВП. З огляду на це вивчення успішних практик у цій сфері є важливим й актуальним завданням для вітчизняної економіки в умовах сьогодення. Особливо цікавим для України є досвід ЄС у сфері використання податкового інструментарію державного управління підприємництвом.

Як свідчить вивчення теорії і практики, податковий інструментарій державного управління підприємництвом у ЄС здебільшого є децентралізованим і зосередженим на рівні окремих країн-членів інтеграційного утворення. Разом з тим, є певні норми, що характеризуються централізованістю і дотримання яких є обов'язковим країнами-членами ЄС. Наприклад, такі норми стосуються уникнення подвійного оподаткування та території ЄС. Для цього ведеться активна робота у напрямку вироблення спільних рішень країнами-членами, надання обов'язкових до виконання рекомендацій, підвищення податкової дисципліни, вирішення виявлених суперечок у правовому полі, усунення правових прогалин, мінімізація можливостей ведення недобросовісної податкової політики, боротьби з ухиленням від сплати податків чи з уникненням оподаткування тощо. Загалом, у ЄС задекларовано, що податковий інструментарій державного управління підприємництвом як загалом в ЄС, так і в кожній окремій країні-члені повинен бути «справедливим, більш ефективним та простим» [3, с. 3].

Слід зауважити, що податкова політика ЄС спрямована на досягнення таких основних результатів [2]: стимулювання економічного зростання та створення нових робочих місць; забезпечення вільного руху товарів, послуг та капіталу в межах єдиного ринку ЄС; формування справедливого конкурентного середовища; усунення дискримінації щодо споживачів, працівників та підприємців через податкові норми тощо. Вивчення теорії і практики дає змогу зробити висновок про те, що ефективність формування і використання податкового інструментарію державного управління підприємництвом у ЄС багато в чому забезпечується на засадах публічного обговорення як проблем у цій сфері, так і перспектив подальшого удосконалення. При цьому, у процес таких обговорень залучаються різні суб'єкти бізнес-середовища, зокрема, підприємства, громадські організації, акціонери, ТНК, асоціації тощо.

Цікавою практикою у межах ЄС є проведення щорічного європейського семестру, присвяченого проблемам оподаткування. Захід передбачає вироблення конкретних рекомендацій як загалом, так і окремим країнам щодо підвищення рівня прозорості та справедливості податкових систем [1]. Окремо слід наголосити, що податковий інструментарій державного управління підприємництвом у ЄС вдосконалюється завдяки різним інформаційним технологіям, які у т.ч. сприяють швидкому обміну інформацією між країнами-членами ЄС. Так, у цьому напрямку передбачено реалізувати до 2020 р. близько 30 проектів [3, с. 10]. Варто звернути увагу на ще один важливий проект ЄС – програма Fiscalis 2020, що передбачає заходи для взаємного обміну результативними рішення у податковій площині [4]. Інших заходів у ЄС в зазначеній сфері є чимало, але у сукупності вони створюють сприятливі можливості для економічного зростання.

1. Making it happen: the European Semester [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/europe2020/making-it-happen/index_en.htm. 2. Taxation: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://europa.eu/pol/tax/index_en.htm. 3. The EU explained: taxation. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015. – 12 pp. 4. The Fiscalis 2020 Programme: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/tax_cooperation/fiscalis_programme/fiscalis_2020/index_en.htm.

Косар Н.С., Дриль О.І., Кіндій М.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Соціально-економічний розвиток прикордонних регіонів у сучасних умовах є першочерговим завданням для органів місцевого самоврядування, а одним із стратегічних напрямів його реалізації є транскордонне співробітництво, потенціал якого сьогодні на регіональному та місцевому рівнях використовується недостатньо. Відомо, що концепція транскордонного співробітництва щодо різностороннього розвитку регіонів вимагає насамперед переосмислення уявлень щодо адміністративно-територіального устрою країни, жителів прикордонних територій, розвитку цих територій, а також врахування проблем, які актуальні для конкретного прикордонного регіону.

Основними причинами низького розвитку транскордонного співробітництва у різних регіонах України є відсутність формалізованої політики у даній сфері та недостатній рівень використання наявних засобів реалізації даного співробітництва.

Одним із перспективних напрямів розвитку транскордонного співробітництва є транскордонний туризм. Оскільки ринок туристичних послуг сьогодні характеризується гострою конкуренцією, то одним із першочергових завдань певного регіону, зокрема і прикордонного, є пропоганда та популяризація своєї туристичної привабливості. Це особливо актуально для Львівської та Закарпатської областей, так як дані області розташовані на прикордонних територіях та мають значний туристичний потенціал. Вони займають вигідне місцерозташування, мають багатий рекреаційний потенціал, значну кількість надбань світової спадщини ЮНЕСКО, проте дещо поступаються у своєму розвитку суміжним територіям сусідніх держав. Одним із чинників, які актуалізують транскордонний туризм, особливо у Львівській області є незбіжність адміністративних та історичних кордонів.

Пріоритетами «Стратегії транскордонного співробітництва Люблінського воєводства, Львівської області, Волинської області та Брестської області на 2014-2020 роки» є економіка; природа, екологія, культура, туризм; транспорт та прикордонна інфраструктура (в тому й кордонні переходи); освіта і наука, тобто туризму приділяється посилена увага.

Заходи в даному напрямі на території України вже ведуться, зокрема розроблено інформаційну платформу українсько-польсько-білоруського прикордоння, яка містить дані туристичного та економічного характеру (туристичні центри, готелі, ресторани, місця відпочинку, кемпінги, історико-культурні пам’ятки, заповідники, інфраструктура, інвестиційні об'єкти, земельні ділянки тощо) Волинської та Брестської областей, Люблінського воєводства. На геопорталі доступними є описи усіх туристичних місць з короткою довідкою про них, що дає можливість оперативно прокласти шлях від однієї культурно-історичної пам’ятки до іншої та заощадить час підготовки маршруту для проведення відпустки, екскурсійної програми, а також надихне на нові ідеї для подорожей.

У межах транскордонного туризму сьогодні планується створення туристичних кластерів, зокрема у Львівській області опрацьовується питання створення транскордонного туристичного кластеру, у відповідності із «Спільною стратегією розвитку українсько-польського транскордонного регіону (Волинська, Львівська, Закарпатська області та Люблінське і Підкарпатське воєводства) на період до 2015 року», яка була розроблена у 2007-2008 рр. та визначає туристично-рекреаційну діяльність як один із основних пріоритетів його розвитку.

Перспективи розвитку транскордонного туризму у Львівській області є досить значними, оскільки тут зростають туристичні потоки. У 2015 р. розпочалося збільшення в'їзного туризму, кількість відвідувань становила 1,7 млн. осіб, при цьому переважали іноземці (близько 30% від загального числа) з Німеччини, Польщі, Туреччини, США, Канади, Австрії та Білорусі. У 2016 р. у м. Львові загалом очікують до 2 млн. туристів, серед яких багато тих, що шукають свої коріння в Австро-Угорській імперії [1]. У цих умовах органи місцевого самоврядування повинні створити необхідні умови для розвитку транскордонного туризму, забезпечення належного рівня якості туристичних послуг.

1. Туристичні тренди-2016 в Україні та світі. Погляд з берлінської виставки [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrinform.ua/rubric-politycs/1981037-turisticni-trendi2016-v-ukraini -ta-sviti-poglad- z-berlinskoi -vistavki.html.

Кумарбекова Э.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

КАЗАХСКО–КИТАЙСКОЕ ДВУСТОРОННЕЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В 2015 ГОДУ: ПРАГМАТИКА ЦЕЛЕЙ И ПРИОРИТЕТЫ НА БУДУЩЕЕ

Экономика КНР нуждается в новом стимуле, двигателе способном возродить былые темпы роста. Китайская экономика сейчас не способна выдержать кардинальные структурные изменения, тем не менее экономический курс страны остро нуждается в корректировке. Нацеленность китайской стратегии развития на дальнейшую модернизацию показывают последние принимаемые реформы. В выработанном руководством Китая 13-м пятилетнем плане была изложена программа реформ. Вместе с тем, Китай, как и все мировое сообщество, понимает, что причиной отставания от уровня развитых стран является его слабая способность к инновациям.

Казахстанско-китайские отношения характеризуются интенсивностью контактов как в политической, так и в экономической сферах. Ежегодно проводятся встречи на высоком уровне, что свидетельствует о желании обеих сторон к дальнейшему укреплению и усилению сотрудничества. Встречи глав государств РК и КНР в 2015 г. состоялись в мае в Астане и Москве, в июле на саммите ШОС, в сентябре в Пекине. Казахстан и Китай подписали в общей сложности более 150 документов различного уровня. Только в марте прошлого года, стороны подписали 33 соглашения о сотрудничестве в сфере промышленного строительства на сумму 23,6 млрд. долларов.

Одним из показателей эффективности внешнеэкономической и политической деятельности для Казахстана остается привлеченный объем инвестиций. В этой сфере Китай является передовым партнером Казахстана. По данным Министерства по инвестициям и развитию РК, за период с 2005 года по 30 сентября 2014 года валовой приток прямых инвестиций из Китая в Казахстан составил 12,4 млрд. долларов США. За этот же период валовой отток прямых инвестиций из Казахстана в Китай составил 328 млн. долларов США[1].

Страны Центрально-Азиатского региона, и Казахстан, в частности, в 2015 году столкнулись с общемировым падением цен на углеводороды, металл. Казахстан, как страна, экспортирующая энергоресурсы столкнулась с падением цен на нефть и газ, девальвацией валюты, уменьшением экспорта, что не могло не повлиять на проработку и актуализацию дальнейшей внешнеэкономической стратегии.

Ведущий научный сотрудник Института России, Восточной Европы и Центральной Азии Китайской Академии общественных наук *Ян Цзинь* считает, что зависимость стран Центральной Азии от экспорта энергоносителей, хлопка, золота и других товаров делает практически невозможным «стимулирование экономического роста путем развития других отраслей промышленности за ограниченный срок». Также, по мнению эксперта, экономический спад России привел к продолжающимся последствиям, что, ввиду тесных экономических и торговых отношений Центральной Азии и России, привело к значительным потерям обеих сторон[2].

По итогам 2015 года, торгово-экономическое сотрудничество Республики Казахстан с Китайской Народной Республикой вышло на существенно новый уровень. Товарооборот за 2015 год достиг уровня 20 млрд. долларов. Казахстан экспортирует в Китай значительный объем сырья и товаров, в основном нефть и природный газ. По данным Комитета по статистике товарооборот Казахстана в октябре 2015 года увеличился на 121,5 млн. долларов США и составил 5 млрд. долларов США. В тройку главных импортеров РК традиционно входят Россия, Китай и Германия[3].

Китай, со своей стороны, являясь передовым партнером как в торгово-экономической, так и в транспортно-коммуникационной сфере, и Казахстан со своей стороны, стремятся скоординировать и усилить развивающиеся отношения. Стоит отметить, что за последние несколько лет стартовали

[1] Министерство по инвестициям и развитию РК: http://www.mid.gov.kz/kk
[2] Газета “Huanqui shibao” «Центральная Азия за год – трудности посреди стабильности» “Pingwen zhong de jiannan, zhong ya zhe yi nian” http://world.huanqiu.com/hot/2015-12/8274890.html
[3] Комитет по статистике: http://stat.gov.kz/

такие крупные казахстанско-китайские проекты, как: новый железнодорожный переход Алтынколь-Хоргос, газопроводы Сарыбулак-Зимунай и Бозой-Шымкент, логистический терминал Ляньюньган, Актауский битумный завод и т.д.

По итогам государственного визита Президента РК Нурсултана Назарбаева в Китай в сентябре 2015 г. были подписаны Совместная декларация о новом этапе отношений всестороннего стратегического партнерства, Программа межрегионального сотрудничества между РК и КНР на 2015-2020 годы, а также инвестиционные соглашения для дальнейшего развития инфраструктуры. Указанные документы включают: создание инфраструктурного фонда казахстанским холдингом «Байтерек» совместно с государственной инвестиционной корпорацией Китая; строительство Китайской национальной нефтегазовой корпорацией завода по производству труб большого диаметра для нефтегазового сектора в г.Алматы, стоимость инвестиционного портфеля которого оценивается в 150 млн. долларов США; строительство предприятия по комплексной переработке угля китайской корпорацией «Цинхуа»; завода по сжижению природного газа стоимостью 75 млн. долларов США китайской компанией «Синьцзян Гуаньхэй Зимунай СПГ развитие».

По мнению Ли Цзыгуо, заместителя руководителя отдела исследований ШОС Китайского Института международных отношений, наиболее устойчивое казахстанско-китайское экономическое сотрудничество в рамках ЕАЭС представляется в инвестиционной сфере, инфраструктурных проектах, включающих строительство железных дорог и автомагистралей, сфере телекоммуникаций и сельского хозяйства.

Более того, сотрудничество по производственным мощностям на сегодняшний день является одним из ключевых направлений для Казахстана и Китая. Так, в ходе визита Премьер-министра РК Карима Масимова в КНР в марте 2015 года, было уделено внимание продвижению сотрудничества по крупным проектам по сотрудничеству в области наращивания производственных мощностей.

Таким образом, китайская сторона проявила заинтересованность в реализации необходимых Казахстану проектов в сфере энергетики и транспортной инфраструктуры. С одной стороны налицо абсолютное превалирование в сфере привлечения инвестиций, развития транспортной инфраструктуры, производства, с другой стороны, не следует оставлять без внимания и другие аспекты данного сотрудничества, рассматривая возможные последствия, которые могут повлиять на экологическую, социальную, миграционную картину Казахстана.

Вопрос рисков и последствий такого положения заботит и китайскую сторону. Так, эксперт Китайского института международных исследований, Ши Цзэ считает, что необходимо исследовать проблемы региона, важна разработка гибкого регионального законодательства в области энергетики, инвестиций; есть необходимость в формулировании законодательства в сфере трансграничной региональной безопасности нефтегазовых трубопроводов.

Выводы. На сегодняшнем этапе развития двусторонних отношений Республики Казахстан и Китайской Народной Республики, в том числе и в рамках региональных организаций, наблюдается существенный рост в достижении конкретных результатов, в частности и вышеупомянутых проектов и программ по улучшению и развитию инвестиционного, торгово-экономического, энергетического сотрудничества.

Лісовська Л.С., Боцман Ю.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

КРАУДФАНДИНГ СУЧАСНИЙ МЕТОД ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

У сучасному світі більшість людей усвідомлюють, що для реалізації їхніх ідей не обов'язково звертатися до державних установ, брати гроші у спонсорів або кредити в банку. Можна просто переконати зацікавлену аудиторію у важливості свого проекту і зібрати на нього кошти. Для того щоб цей процес протікав ефективніше, швидше та охоплював більшу аудиторію, використовують краудфандинг.

Краудфандинг - це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій [1].

На сьогодні схемою краудфандингу користуються для збору коштів при підтримці улюбленої команди чи групи, політичних компаній, також при фінансуванні новостворених стартапів і при зборі допомоги для постраждалих від стихійного лиха,та для підтримання багатьох інших проектів

Краудфандинг може також використовуватись як форма мобілізації коштів для фінансування організації через продаж малих пакетів акцій широкому спектру інвесторів. Цей тип краудфандингу нещодавно отримав особливу увагу американських посадових осіб. В квітні 2012 року президент США Барак Обама підписав новий закон під назвою «JOBS Act (Jumpstart Our Business Startups Act)», який дозволяє стартап-компаніям збирати до $1 млн. методом краудфандингу, без подання паперів та реєстрацій на продаж акцій, як це застосовувалось раніше.[1]

Є кілька основних схем краудфандингу:

- безповоротно: люди просто жертвують гроші на вашу ідею, без жодних зобов'язань з вашої сторони;
- попередній продаж продукту: кошти збираються для того, аби організувати попередній продаж продукту. Зазвичай це актуально для гаджетів та інших фізичних речей;
- рівноцінний розподіл: всі, хто пожертвував певну суму на вашу ідею, стають спільними власниками вашого продукту

Існує дві моделі збору грошей: «усе або нічого» та «гнучке фінансування». У першому випадку автор або збирає 100% суми, або гроші повертають спонсорам. У другому – скільки збереш, стільки й забирай. Другий варіант здається прийнятнішим для авторів проектів, але перший викликає значно більше довіри у спонсорів [1].

Для реалізації цієї схеми використовують, краудфандингові платформи – це майданчики, призначені для розміщення і просування краудфандингових проектів в Інтернеті, називають краудфандинговими платформами. Платформою є спеціалізований сайт для розміщення ідей, вона бере на себе забезпечення багатьох аспектів, зокрема фінансових і юридичних, а також допомагає в просуванні та полегшує взаємодію всіх учасників [3].

Найбільші майданчики – за відвідуваністю, кількістю успішних проектів і частотою згадувань у ЗМІ – це Kickstarter, IndieGoGo і Peerbackers. Згідно з офіційною статистикою KickStarter, за останній рік проекти на платформі зібрали в цілому близько 380 мільйонів доларів [4].

"Технологічний" напрям KickStarter став популярним і серед українців. Молоді команди з IT-сфери активно готуються виходити на американську платформу. Їх не зупиняють нелегкі правила і обмеження. Зокрема, неможливість отримувати гроші на українську банківську картку, а також необхідність мати виробничий прототип проекту [4].

Основна складова успіху краудфандингової-кампанії – відповідальність автора проекту. Щоб зібрати гроші на проект, автор має враховувати інтереси зацікавлених сторін: доброчинців, менторів та партнерів. Завдяки Спільнокошту десятки проектів вже зібрали гроші на стартапи, екологічні та громадські акції, роботу ЗМІ, організацію фестивалів та перформансів, зйомку кліпів [2].

Особливо актуальним краудфандінг має стати в Україні, де бюджетні кошти освоюють переважно ті, хто їх розподіляє, а олігархи часто бачать у спонсорстві лише власну вигоду і швидко починають диктувати творцям свої умови.

В Україні краудфандинг тільки починає розвиватися, але вже має три карудфандингові платформи, що допомагають впроваджувати проекти та ідеї в життя. До них належать: BigIdea, Na-Starte, Сім Зірок.

Першою в Україні майданчиком колективного фінансування став «Спільнокошт», створений в 2012 р на базі платформи соціальних інновацій «Велика Ідея». За два роки тут було залучено 3,8 млн. грн., але тільки недавно заявки стали подавати комерційні проекти. У лютому 2013 р створена друга українська платформа Na-Starte. За цей час запущено понад 40 проектів (і близько 300 залишилися на стадії створення або модерації), 90% всіх опублікованих проектів – комерційні. В листопаді того ж року, з'явився унікальний онлайн проект під назвою «Сім Зірок». Це так звана p2p платформа для взаємного кредитування та інвестування.

В Україні конкуренції методу краудфандингу у найближчі роки не буде. Ситуація буде такою доти, доки цей спосіб фінансування не отримає офіційний статус і не увійде в підручники економіки.

1. Кутузова А. Как реализовать проект с помощью краудфандинга? [Електронний ресурс] / А.Кутузова // Сайт журналу «Forbes Україна». – Режим доступу: http://forbes.net.ua/explain/startup_and_business/1371647-kak-realizovat-proekt-s-pomoshchyu-kraudfandinga. 2. Створення Спільнокошту на Великій Ідеї [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://biggggidea.com/project/18. 3. Петрушенко, О.В. Дудкін. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку: Вісник Сумського державного університету -2014.-С.172-182. 4. Азаров В. Украинские лидеры интернет-краудфандинга [Електронний ресурс] / В. Азаров // Сайт журналу «Forbes Україна». – Режим доступу: http://forbes.net.ua/lifestyle/1347068-ukrainskie-lidery-internet-kraudfandinga.

Логвиненко Р.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ СТУДЕНТІВ ДО МІЖНАРОДНИХ ПРОГРАМ СТУДЕНТСЬКОГО ОБМІНУ

В умовах інтеграції України до Європейського союзу важливу роль відіграє національна освітня система. Це зумовлено зосередженістю європейського простору на науці та передових технологіях. Відтак, як свідчить вивчення теорії і практики, у межах ЄС існує чимало програм навчального характеру, у т.ч. різних міжнародних програм студентського обміну, якими можуть користатись українські студенти. Однак проблема полягає в тому, що такі освітні можливості використовуються в Україні лише частково, що потребує виявлення основних причин цього.

Міжнародні студентські програми обміну надають можливість українським студентам взяти участь у світовому освітньому процесі та почерпнути необхідні знання, що, в подальшому, зможуть позитивно вплинути на функціонування як освітньої, так і економічної державних сфер. Так, варто виокремити програму Erasmus Mundus, що призначена для студентів, які здобули освітні рівні бакалавра або магістра, і проводиться з метою підвищення міжнародного співробітництва та мобільності серед студентів [2]. Також у студентів українських ВНЗ є можливість стати учасниками програми обміну для студентів вищих навчальних закладів UGRAD. Програма надає можливість бакалаврам денного відділення ВНЗ України навчатися протягом одного академічного року в університетах або дворічних чи чотирирічних коледжах США. Існує також можливість участі у різноманітних стипендіальних програмах, які проводять європейські навчальні заклади [1].

Незважаючи на широкі можливості, які відкриваються перед українськими студентами, рівень їхньої участі у міжнародних програмах обміну студентів досить низький. Це явище спричинене низкою вагомих причин. Як основну, можна виокремити причину низької поінформованості студентів про освітні можливості у цій сфері. Багато в чому це спричинено і незацікавленістю ВНЗ України в участі у міжнародних програмах обміну.

Серед інших основних причин низького рівня залучення українських студентів до міжнародних програм студентського обміну варто виокремити наступні:

1. Недостатній рівень освітньої підготовки. Одним із основних критеріїв відбору студентів у міжнародні програми обміну є їхня успішність. Відповідно, проаналізувавши рівень освіти, стає чітко зрозуміло, що студент не завжди зможе пройти відбірковий етап.

2. Низький рівень володіння англійською мовою. Значна кількість програм вимагає високий рівень володіння англійською мовою, що повинно бути підтверджене відповідними сертифікатами, наприклад, TOEFL, ECL, BEC, IELTS. Відповідно, мала частка студентів має можливість отримати ці сертифікати (навіть з огляду на ціновий чинник) [2].

3. Висока конкуренція серед претендентів на участь. В умовах усіх програм обміну передбачена певна кількість місць для студентів із кожної країни-учасниці. Як наслідок, лише невелика частка українських студентів має змогу стати учасником тієї чи іншої програми обміну.

Підсумовуючи вищесказане, слід зауважити, що студентам необхідно намагатися самостійно знаходити інформацію щодо міжнародних програм студентського обміну, а для можливості участі в них студентам слід зосередити значну увагу на вивченні іноземних мов та отриманні відповідного рівня освіти. Це зробить можливим входження вітчизняних студентів у європейську освітню та наукову системи та більш кращого використання можливостей у цій сфері.

1. Гранти та стипендії на навчання і стажування [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.nmu.org.ua/ua/content/infrastructure/structural_divisions/education_cooperation/Grants/Grants.php?print=Y. 2. Національний Темпус / Еразмус+ офіс в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.tempus.org.ua/uk/osvitni-programy-es-dlja-universytetiv-ta-studentiv/erazmus-mundus-2009-2013.html. 3. Освітні програми [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://osvita.ua/abroad/edu_prog/

Маслак О.О., Дорошкевич К.О., Вороновська М.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

МЕХАНІЗМ ГАРАНТУВАННЯ БЕЗПЕЧНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

Діяльність будь-яких економічних систем потребує засобів, які би забезпечували їх упорядкований рух, виконання поставлених перед ними функцій, перебіг системної взаємодії та досягнення намічених цілей. Саме така роль у розвитку економічних процесів належить механізмам, що перебувають під пильною увагою дослідників із різних галузей науки: економіки, психології, біології, технічних наук тощо.

Економічний зміст поняття «механізм» дозволяє розуміти його як систему (сукупність взаємопов'язаних елементів – організаційних структур, форм і методів управління, правових норм тощо), що забезпечує виконання відповідних функцій, реалізацію економічних законів, гарантує діяльність господарських утворень. При цьому, слід зазначити, що така система регулюється за допомогою певних важелів, засобів та методів державного управління [1].

Як відомо, безпечний інноваційний розвиток можна розглядати як стан, що забезпечує формування умов для збільшення можливостей створення і комерціалізації інновацій, використання науково-технологічного потенціалу та є результатом цілеспрямованої діяльності щодо впровадження інноваційної моделі розвитку в усіх аспектах господарювання. Він є однією із найважливіших складових економічної безпеки, що шляхом формування систем безпеки із дотриманням певних принципів (законності, взаємної відповідальності, верховенства права, пріоритету договірних (мирних) засобів у розв'язанні конфліктів тощо) та властивостей (системності, структурованості, інтегрованості, стійкості і стабільності, незалежності, здатності до прогресу) забезпечує формування національної безпеки країни.

Таким чином, механізм гарантування безпечного розвитку є складовою загального механізму економічного-політичної, інституційно-правової та господарської системи країни. Це дозволяє охарактеризувати його як сукупність взаємопов'язаних елементів, яка забезпечує відсутність загроз у чітко визначеній сфері активності та відповідно до визначеної стратегії розвитку і поставлених цілей (як відомо, цілі є засобами реалізації стратегії та втілюються у поставлених завданнях). Таким чином, з метою зростання інноваційної активності промисловості, підвищення результативності інноваційної політики, удосконалення національної інноваційної структури та інфраструктури, ретельного дослідження потребують властивості формування і використання, а також складові механізму гарантування безпечного інноваційного розвитку національної економіки.

Як і будь-який механізм, механізм забезпечення безпеки інноваційного розвитку промисловості володіє певними властивостями, які слід ураховувати при його формуванні та у процесі функціонування. Відповідно до цього, властивості досліджуваного механізму можна виокремити у дві групи: формування механізму і функціонування [1, 2].

При формуванні механізму забезпечення безпеки інноваційного розвитку промисловості варто зважати на те, що його структура передбачає певну кількість елементів, між якими необхідно забезпечити відповідні взаємозв'язки. Таким чином, при формуванні розглянутого нами механізму слід застосовувати системний підхід, що передбачає чітке окреслення елементів механізму, схем їх взаємодії на основі урахування усіх умов його діяльності.

Крім того, для обґрунтованого впливу на безпеку інноваційного розвитку промисловості, суб'єкт даного механізму повинен використовуючи певні заходи, засоби, методи, інструменти, прийоми, які слід окреслити у процесі його формування [3].

Для обґрунтованого функціонування механізму ґарантування безпечного інноваційного розвитку промисловості, у процесі його формування доцільно виділити головний та допоміжні спонукальні мотиви (рушійні сили), які відповідно визначають головне спрямування діяльності суб'єкту механізму та його конкретизують. Таким чином, діяльність механізму ґарантування безпечного інноваційного розвитку повинна базуватись на принципах управління інноваційною

безпекою, що формується на основі стратегії інноваційної безпеки, інтересів суб'єктів економічних відносин тощо.

Система рушійних сил механізму забезпечення інноваційної безпеки повинна формуватись відповідно до визначених пропорцій, а взаємодія - підпорядковуватись визначеному ритму. Раціональний ритм та рівень внутрішньої напруги складових механізму гарантування безпечного інноваційного розвитку промисловості формують його стійкість та відповідну якість взаємодії, що здатні підтримувати належний рівень навантажень. Це слід віднести до властивостей функціонування досліджуваного механізму.

Розглядаючи механізм забезпечення безпеки інноваційного розвитку промисловості як певну кінцеву множину елементів та взаємозв'язків між ними, що регулюються за допомогою конкретних важелів, його складовими є комплекс різноманітних інструментів, засобів, стимулів державного управління [1]. Зважаючи на те, що для результативної дії механізму забезпечення безпеки інноваційного розвитку важливе не лише інформаційне та організаційно-управлінське забезпечення, а і його наукове, економічне та аналітичне підґрунтя, то організаційно-економічний механізм повинен бути доповнений цими елементами. Також механізм забезпечення безпеки промисловості може містити організаційну структуру, функції і методи управління тощо.

Розгляд елементів, які формують структурне наповнення механізму забезпечення інноваційної безпеки дозволяє стверджувати наступне. По-перше, слід відокремлювати структуру як множину елементів механізму від сукупності об'єктів, які вони мають у своєму розпорядженні. До других віднесено фінансові інструменти, законодавчо-правову та нормативну базу тощо. По-друге, для забезпечення дії механізму, реалізації покладених на нього функцій та системної взаємодії слід використовувати ресурси.

Отже, механізм гарантування безпечного інноваційного розвитку містить сукупність блоків, одночасна дія яких покликана забезпечити реалізацію його функцій. Такими блоками можна визнати: засоби, важелі, інструменти та методи забезпечення безпеки інноваційного розвитку промисловості, стимули державного управління тощо; систему обґрунтованих фінансових й адміністративних (в т.ч. соціальних) обмежень та критеріїв оцінювання при забезпеченні безпеки інноваційного розвитку промисловості; управлінський процес як послідовність завершених етапів управлінської діяльності (реалізація функцій управління, застосування методів управління, прийняття управлінських рішень), які формують вплив керуючої системи на керовану з метою гарантування безпечного інноваційного розвитку промисловості; організаційну структуру.

Отже, механізм гарантування безпечного інноваційного розвитку промисловості як сукупність взаємопов'язаних елементів забезпечити відсутність загроз у чітко визначеній сфері активності відповідно до визначеної стратегії розвитку та поставлених цілей. Він володіє певними властивостями, які слід ураховувати при його формуванні та у процесі функціонування. Як відомо, будь-який механізм також може мати різний ступінь деталізації та формалізації. Отже, належного рівня безпеки інноваційного розвитку промисловості, можна досягти різними підходами до забезпечення діяльності розглянутого механізму. Структурний підхід до визначення механізму гарантування безпечного інноваційного розвитку промисловості дозволяє зарахувати до його складових елементів засоби, важелі, інструменти, методи, стимули, систему обмежень, управлінський процес та організаційну структуру.

1. *Фролова А.В. Формування організаційно-економічного механізму управління забезпеченням екологічної безпеки держави [Електронний ресурс] / А.В. Фролова // Проблеми системного підходу в економіці. – 2011. – № 4. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/ejournals/pspe/2011_4/Frolova_411.htm. 2. Механизмы управления экономической безопасностью / Ю.Г. Лысенко, С.Г. Мищенко, Р.А. Руденский, А.А. Спиридонов: Монография. – Донецк:ДонНУ, 2002. – 175 с., 3. Каламбет С.В. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств залізничної галузі / С.В. Каламбет, В.А. Воропай // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. - 2013. - № 2. - С. 106-113.*

Мищишин О.Л., Михаляк О.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ

Сучасні умови розвитку світового господарства, зокрема розвиток НТП, інформаційних систем, економіки, науки роблять великий внесок у поведінку окремого споживача. Перед будь-яким успішними підприємством ставиться питання задоволення потреб як суспільства, так і кожного індивіда. У таких умовах підприємці повинні розуміти, що вимагається від них зараз та якими будуть темпи розвитку. Як результат, з все більшими темпами розвитку все збільшуються вимоги. Так, на даному етапі еволюціонування, люди вимагають зручності, комфорту, економії часу та максимального задоволення потреб при мінімальних витратах енергії.

Протягом останнього десятиліття спостерігається поява різних інноваційних продуктів, зокрема і у сфері здійснення платежів. Зручність у користуванні інтернет-послугами, придбання товарів, здійснення бізнес-операцій та безпека утримання власних коштів спровокували появу електронних грошей та розповсюдження їх використання серед українців.

Електронні гроші – це такий вид збереження платіжних засобів на технічному пристрої, який може широко застосовуватись для обігу в електронному вигляді та гарантує повну анонімність. На сьогодні виокремлюють дві групи електронних грошей:

- на основі карток (старт-картки);
- на програмній основі (електронні гаманці).

Систему електронних грошей не слід ототожнювати із банківською системою, оскільки платіжні операції, що здійснюються за допомогою електронних грошей – це не інтернет-банкінг, що супроводжується безпосередньою участю банку, це абсолютно новий спектр – ринок віртуальних грошей. Учасниками такого ринку є: емітент; власник/платник електронних грошей; одержувач електронних грошей; банки-агенти; системний адміністратор. Основну роль у цій системі відіграє емітент.

На даний момент українці можуть переказувати кошти, купувати товар, отримувати грошові перекази та ін. за допомогою таких систем, як WebMoney, Яндекс.Гроші, RBK Money, Інтернет Гроші, E-Gold і PayPal та інших [1]. Така популярність серед даних систем та розвиток ринку віртуальних грошей є свідченням еволюції вітчизняного бізнесу та його поступового наближення до світових стандартів.

Попри це, існують певні проблеми широкого застосування е-грошей в Україні. Детальніший огляд переваг та недоліків використовування е-грошей в Україні наведений у таблиці 1.

Отже, проаналізувавши табл.1, можна відзначити, що користування таким платіжним засобом є доволі зручним, та все ж недосконалим і потребує вдосконалення у межах України, яке може тривати ще досить довго.

Як показує статистика, емітенти заводять гаманець для одноразового використання для покупки в іноземному онлайн-магазині, оскільки нагальної потреби у його щоденному користуванні не вбачають. Найзручніше електронним гаманцем розраховуватись при здійсненні оплати інтернету, комунальних послуг, поповнення рахунку [2].

Ще однією прогалиною уряду стосовно використання електронних грошей є незручності проведення розрахунків для фізичних осіб. Великі компанії переважно завжди здійснюють трансакції та інші міжнародні операції, що супроводжуються переведенням великої суми грошей. Так, лімітована сума, призначена для розрахунку е-грошима, встановлена законодавством складає 35 тис. грн./рік (до кінця 2016 року планується збільшити до 65 тис.грн./рік), до того ж, якщо фізична особа - платник єдиного податку буде використовувати у своїй діяльності електронні гроші, то вона зобов'язана сплачувати податок за ставкою 15 % як така, що застосовує інший спосіб розрахунків [3].

Слід зауважити, що уряд країни старається проводити зміни щодо покращення використання електронних грошей. Останньою зміною в законодавстві було надання права користувачам – фізичним особам отримувати від нерезидентів електронні гроші, випущені емітентом-нерезидентом, з використанням міжнародних систем інтернет-розрахунків. Це спростило процедуру узгодження

правил використання електронних грошей для банків-членів/учасників внутрішньодержавних платіжних систем [4].

Таблиця 1

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ

Переваги	Недоліки
1. Зменшення контакту людини з готівкою – найнебезпечнішим переносником вірусів	1. Велика комісія і при перерахуванні готівки в електронний вигляд , і при виведенні її (до 5%)
2. Зменшення витрат держави на виготовлення, обслуговування та знищення готівки	
3. Зменшення витрат часу при розрахунках (не потрібно стояти у чергах, оплата без решти)	
4. Здійснення шахрайських операцій персоналом стає неможливим, оскільки у програмно-технічних комплексах фіксується операція	2. Помилка в переказі може коштувати всієї суми, оскільки переказ відбувається миттєво і повернути нічого не можливо
5. Можливість проведення анонімних внесків, зручність оплати послуг	3. Довга процедура відновлення при втраті даних доступу
6. Зручність оплати в інтернеті (не потрібно вводити багато даних)	
7. Не лише юридичним, а й фізичним особам зручно заробляти в інтернеті, підвищується їх безпека, оскільки не потрібно передавати свої особисті дані, а лише номер гаманця	4. Малий спектр використання через малу їх поширеність
8. Збільшуються можливості у здійсненні міжнародних операцій	

Спроби уряду зблизитись до міжнародних стандартів спровокували появу Національної системи масових електронних платежів, яку нещодавно було перейменовано на платіжну систему «Простір». Така нова назва вказує на зрозумілість і простоту здійснення розрахунків у національній платіжній системі та на всеосяжність сфери її застосування. Ця система є чудовою альтернативою міжнародним системам, тому для проведення платіжних операцій вже не буде доцільним використання іноземних. Платіжна система «Простір» повинна забезпечити як безпеку, так і економію, оскільки дозволяє скоротити свої витрати банкам і їх клієнтам.

Розвиток механізму регулювання обігу електронних грошей стає нагальною потребою банків всіх країн, що зацікавлені у міжнародній співпраці. Враховуючи те, що за своєю природою використання таких платіжних засобів можливе лише у телекомунікаційному середовищі, можна визначити, наскільки глобальний характер вони мають. Тому, інтернаціоналізація обігу електронних грошей стає ще одним чинником розвитку глобальної економіки.

Отже, серед всіх поданих вище недоліків ринку віртуальних грошей найважливішим є:

1. Подолання певних складнощів у користуванні електронними грошима;

2. Вдосконалення законодавчої системи, спрямованої як на підтримку їхнього розвитку, так і на запобігання їх використання з метою ухилення від оподаткування та контролю.

Виправлення цих недоліків є особливо важливим для економіки нашої країни та вирівняння її стану серед зарубіжних країн, а саме країн Європейського Союзу, учасником якого ми прагнемо стати.

1. Електронні гроші в українському інтернеті [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ufin.com.ua.; 2. Державна статистика України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/.; 3. Національний Банк України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.bank.gov.ua/.; 4. Постанова "Про внесення змін до Положення про електронні гроші в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=27364751.

Реверенда Н.Ю., Солярчук С.Ю.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ФРІЛАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для здійснення ефективного державного управління фрілансовою діяльністю необхідним етапом є проведення комплексного оцінювання стану, виявлення тенденцій розвитку фрілансової діяльності, визначення проблем та перешкод розвитку даного виду діяльності для подальшого їх усунення тощо. Оцінювання стану фрілансової діяльності є одним із етапів процесу державного управління фрілансовою діяльністю. Вон є небхілним, оскільки спостерігається зростання питомої ваги фрілансерів у загальній чисельності робочої сили як в світі, так і в Україні. Також спостерігається значне зростання доходів українських фрілансерів, які за даними одної з найбільших інтернет-бірж фрілансу «Elance» у 2013 р. зайняли третє місце за рівнем отриманих доходів після фрілансерів США та Індії, а у 2014 р. – четверте (з незначною різницею фрілансери Пакистану зайняли третє місце) [0].

Оцінювання стану фрілансової діяльності можливо здійснювати такими методами:

- соціологічні опитування фрілансерів та споживачів фріланс-послуг;
- експертна оцінка стану фрілансової діяльності;
- оцінювання результатів статистичних досліджень стану фрілансової діяльності тощо.

Найбільш точним методом, на нашу думку, є оцінювання результатів статистичних досліджень, однак на сьогодні він є неможливим, оскільки офіційні статистичні дослідження в Україні не виділяють фрілансерів як окрему підгрупу самозайнятих. Тому ми рекомендуємо внести відповідні зміни до нормативної бази ведення статистики або здійснення періодичних статистичних спостережень щодо стану фрілансової діяльності. За умов відсутності необхідних статистичних даних на початкових етапах створення системи державного управління фрілансовою діяльністю для оцінювання стану фрілансової діяльності доцільно використовувати методи соціологічних опитувань та експертних оцінок, які дозволять виявити стан та тенденції розвитку, принципи фрілансової діяльності, недоліки державного управління тощо. При внесенні необхідних змін та отриманні статистичних даних стану фрілансової діяльності, доцільно використовувати статистичні дані як основу для здійснення аналізування [2]. Процес аналізування стану фрілансової діяльності наведено на рис.

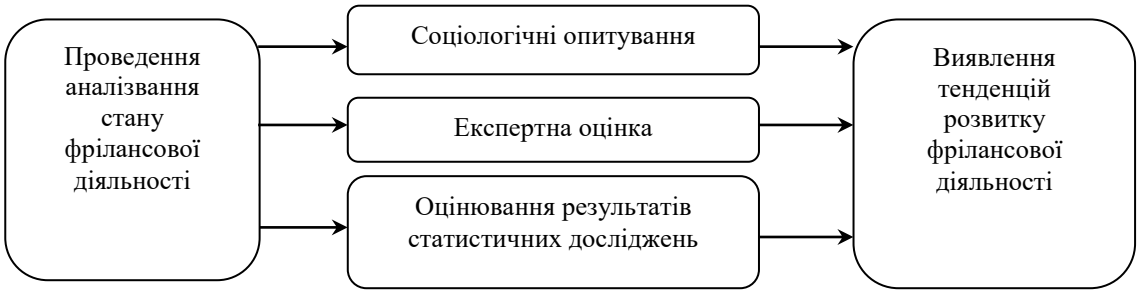


Рис. Процес аналізування стану фрілансової діяльності

Після проведення щорічних статистичних досліджень стану фрілансвої діяльності протягом кількох років, коли буде можливість аналізування таких даних і виявлення змін стану фрілансової діяльності та тенденцій розвитку, можливість приймати ефективні рішення щодо державного управління фрілансовою діяльністю.

1. Офіційний сайт інтернет-біржі «Elance». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.elance.com. 2. Солярчук Н. Ю. Механізм державного управління фрілансовою діяльністю / Н.Ю. Солярчук // Інноваційна економіка : науково-виробничий журнал. – Тернопіль, 2014. - №5 (54). – С. 46-51.*

** прізвище змінено з Солярчук на Реверенда у зв'язку з одруженням*

Сыдыкназаров М.К., Таныбаева Ж.А., Сырлыбаева Ф.М., Карабаев Д.Д.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПОВЕСТКА В ДВУСТОРОННИХ КАЗАХСКО-КИТАЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Перед быстрорастущей экономикой Китая по-прежнему остро стоит проблема обеспечения энергетической обеспеченности. Китайское правительство, определяя энергетичекую стратегию и политику, стремится решить проблемы, связанные с источниками нефти как внутри страны, так и за ее пределами. Все это оказывает существенное влияние на мировую экономику и международные отношения, и как следствие, привлекает повышенное внимание мирового сообщества. Таким образом, для Казахстана, как одного из стратегических партнеров Китая, важно изучить и понять энергетическую политиику, определить роль Казахстана в вопросах энергетической безопасности КНР, а также перспективы дальнейшего энергетического сотрудничества двух государств.

Текущее состояние энергетической отрасли Китая

Высокие темпы развития экономики Китая, сопровождаемые индустриализацией и урбанизацией, определили непрерывный рост потребности в энергетических ресурсах. Сегодня Китай является крупным мировым производителем и потребителем энергии и занимает вторую строчку в мировом рейтинге по показателям импорта энергетических ресурсов и роста ВВП, уступая только США. В 2014 году Китай импортировал почти 60% нефти (рост импорта – 4% по сравнению с 2013 годом), и 30% природного газа в общем объеме энергопотребления.

Китай находится на четвертом месте по производству нефти и производных от нее продуктов, но ни один нефтяной продукт не экспортируется, так как спрос превышает внутреннее производство. Согласно Энергетическому информационному агентству США (далее, «Агентство»), рост потребления нефти Китаем в 2013 году составил 1/3 от мирового потребления, и разница между внутренним потреблением и производством будет продолжать расти. По предварительным прогнозам Агентства, в 2015 году потребление нефти в Китае составит 12 млн. баррелей в день по сравнению с 11 млн. баррелей в 2013 году. Производство нефти уже достигло своего пика, а это значит, что Китай может удовлетворить растущий по геометрической прогрессии спрос на энергоресурс только за счет иностранных источников.

Согласно отчету Мирового Энергетического Совета (далее «МИРЭС», The World Energy Council. Аккредитованный ООН орган, занимающийся проблемами энергетики, освещает глобальные, государственные и региональные стратегии путем проведения достоверных исследований и публикации результатов), Китай по результатам 2014 года по индексу энергетической устойчивости занимает 74 место среди 129 стран мира, тогда как Казахстан находится на 56 строчке. По показателям энергетической безопасности Китай по сравнению с 2013 годом потерял одну строчку и из 18-го места переместился на 19 место. Казахстан, для сравнения, по этим же характеристикам разместился на 13 позиции. По сравнению с 2013 годом, Китай в 2014 году улучшил показатели по доступности электричества для населения и занимает 82 место вместо 101 места в 2013 году.

Наряду с данными критериями, страны подвергаются оценке в области социальной ответственности по сохранению ресурсов и сокращению производимых отходов. Так, Китай в вопросах социальной ответственности с 126 места опустился на 127 место, а Казахстан занимает 118 место среди 129 стран мира.

Агентство энергетической безопасности полагает, что к 2020 году Китай будет импортировать более 66% потребляемой нефти, а к 2040 году – более 72%. Проблема обеспеченности энергоресурсами становится не только основополагающим фактором внешней политики, энергетической дипломатии и концепции безопасности КНР, но и предметом серьезной обеспокоенности со стороны мирового сообщества.

Нефть в Китай, в основном, поставляется Саудовской Аравией, Анголой, Казахстаном, Суданом, одновременно Китай располагает нефтяными активами почти в 30 странах мира. Согласно

Экономико-технологическому научно-исследовательскому институту Китайской национальной нефтяной корпорации (CNPC), Китай продолжает вести курс на приобретение глобальных нефтяных активов.

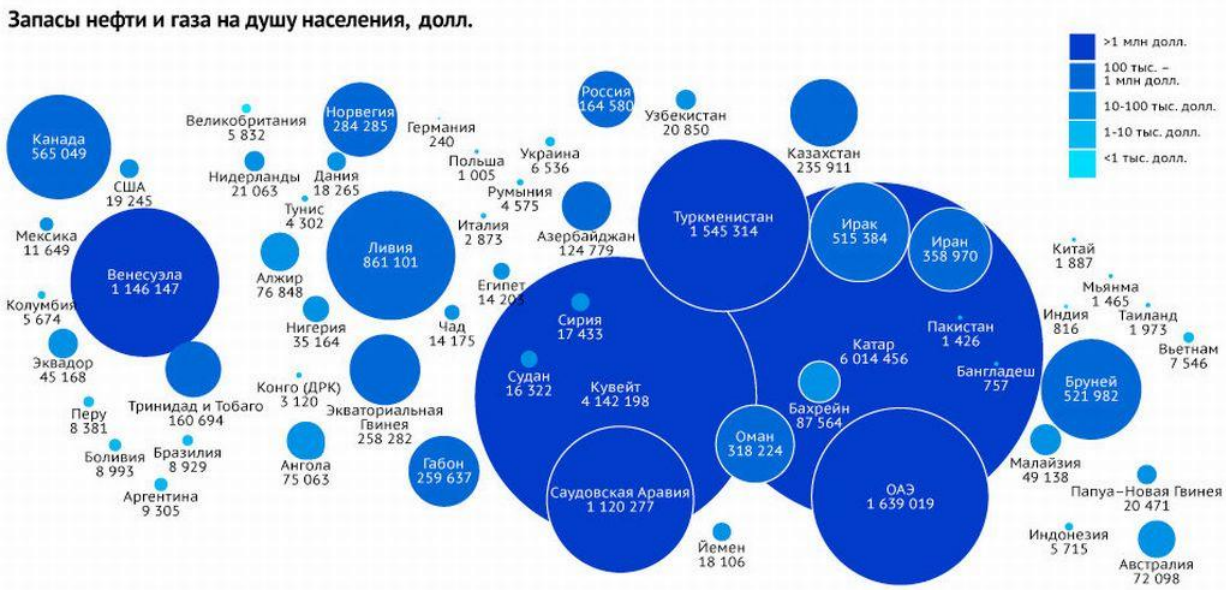


Рис.1 Рейтинг стран по запасам нефти и газа на душу населения

Источник: Расчеты РИА Рейтинг, BP, МВФ, ООН, CEGH, МЭР

Запасы энергетических ресурсов Китая в расчете на душу населения сравнительно малы: запасы нефти составляют 11%, газа – 4,5%, угля – 79% соответственно. [1]

Одна из главных проблем китайской энергетики – использование угля в качестве основного топлива. На долю Китая приходится почти половина мирового потребления угля, что составляет 70% от общего объема энергопотребления страны. При этом, экономический эффект от использования угля остается сомнительным: в среднем сжигание одной тонны каменного угля равняется 0,77 тонны условного топлива, тогда как сжигание одной тысячи куб. м. природного газа эквивалентно 1,3 тонны условного топлива. Вместе с тем, уголь наносит катастрофический урон экологии и, соответственно, здоровью населения.

Выводы. Несмотря на то, что сотрудничество Казахстана и Китая в энергетической отрасли достигло значительного прогресса, все еще существуют некоторые неопределенности и барьеры. Нормативно-правовая база Казахстана по торговым отношениям и инвестициям в энергетической отрасли, сложности в таможенных процедурах, вызванные порядками Таможенного союза, недостатки нормативно-правовой базы Китая – все это подвергает определенному риску энергетическое сотрудничество двух стран. С учетом создания новых региональных организации как ЕАЭС и сопутствующих новых правил и порядков, Казахстану и Китаю необходимо совершенствовать нормативно-правовую базу, обеспечить соответствие правил и порядков в области энергетического сотрудничества международным стандартам.

[1] Zhang Hailong, Zhang Shaojie: Zhong guo xin nengyuan chanye fazhan de sikao. Guangmin ribao, 03.12.2014

Сыдыкназаров М.К., Таныбаева Ж.А., Сырлыбаева Ф.М.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

СОТРУДНИЧЕСТВО КАЗАХСТАНА И КИТАЯ В РАМКАХ ЕАЭС: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

На фоне экономической глобализации, где все страны стремятся участвовать в нескольких международных региональных организациях, Республике Казахстан важно понять отношение стратегических партнеров к ЕАЭС, определить их позицию и дальнейшие планы по развитию торгово-экономических отношении с региональным союзом, разработать меры по углублению сотрудничества без ущерба интересам государств. Важно рассмотреть стратегию Китая в вопросах сотрудничества с РК в рамках ЕАЭС, разработать меры по предотвращению возможных негативных воздействии и вызовов, а также определить перспективы и новые направления для углубления торгово-экономических отношении.

ЕАЭС: позиция Китая. Президент Казахстана, Н. Назарбаев во время встречи с руководителем Китая в мае 2014 года отметил: «В ходе нашей встречи с вами в Гааге в марте этого года мы обсудили различные возможности наращивания товарооборота, чтобы довести его до 40 млрд. долларов США к 2016 году. Мною было предложено повысить объемы поставок в КНР казахстанских энергоносителей, природного урана, металлургии и сельхозпродукции. В энергетике мы уже достигли больших результатов, китайские компании уже добывают почти 1/3 производимой в Казахстане нефти. Учитывая это, хотел бы еще раз выступить с предложением по дальнейшему улучшению наших торговых отношений», - заключил Президент. В ходе визита в Казахстан в сентябре 2013 года, Си Цзиньпин сказал: «Мы надеемся двигаться вместе с государствами Центральной Азии, постоянно укреплять взаимное доверие, крепить дружбу и усиливать сотрудничество, способствовать совместному развитию и процветанию, делать все для улучшения благосостояния народов всех стран». Китай пристально следит за развитием и происходящими изменениями в СНГ. Вместе с динамичным развитием экономики Китая и увеличением спроса на углеводородное сырье, произошел прорыв в торгово-экономическом сотрудничестве второй экономики мира со странами ЦА, в особенности, с Республикой Казахстан, Узбекистаном и Туркменистаном. В то время как сотрудничество Российской Федерации с центральноазиатскими странами идет сравнительно медленными темпами по сравнению с Китаем. По мнению китайских аналитиков именно это и вызвало тревогу и беспокойство со стороны России, которая преследует свои стратегические интересы в Центральной Азии. Так среди китайских аналитиков получило распространение следующее мнение: «Если бы Китай не расширил экономическое сотрудничество со странами СНГ, в частности, со странами Центральной Азии, то не было бы и *«Евразийского союза Путина».* Этим определением Поднебесная акцентирует, что ЕАЭС был создан по инициативе и в интересах России. Особо хотелось бы заострить внимание на уверенности Китая, что Россия, усилив позицию ТС и единого экономического пространства, стремится сдерживать экспансию Китая в ЦА и предотвратить удар по *«стратегическому двору»* (т.е. ЦА) России[1]. Так определение ЦА, данное китайскими аналитиками, указывает и на политические интересы России в создании ЕАЭС. До сегодняшего дня Китай пока не проявил какого-либо беспокойства и не сделал громких и резких заявлений и комментариев по поводу создания ЕАЭС. Это свидетельствует о свойственной Китаю выжидательной позиции. Но это вовсе не значит, что Китай игнорирует или не имеет интересов к Союзу и его странам-участницам.

По мнению директора Исследовательского института международной торговли и экономического сотрудничества, Хо Цзяньго, *несмотря на неблагоприятные предпосылки создания ЕАЭС, в частности, санкции Европы против России, падение цены на нефть, продолжающее падение курса рубля, в торгово-экономических отношениях между Россией и Китаем кардинальные изменения маловероятны*. Уверенность китайских экспертов объясняется следующим: во-первых,

[1] Wang Lijiu: E «Ouya lianmeng» zhanlue ji qi dui ZhongE guanxi de yingxiang. Xiandai guoji guanxi, 4, 2012.

крупные экспортно-импортные сделки между странами совершаются в долларах; во-вторых, сумма Соглашения о валютном свопе между КНР и РФ (13.10.2014г) незначительная: на 150 млрд. юаней и 815 млрд рублей соответственно; в-третьих, в условиях западных санкции, Китай имеет возможность увеличить экспорт продуктов питания, включая, овощи, фрукты и мясную продукцию в Россию. В целом, по мнению китайского аналитика Чэнь Юйлу, ситуация в России не безнадежная. Если сравнить нынешнюю Россию с Россией 1998 года, то государственный долг на сегодня составляет 35%, тогда как в 1998г – более 140%, валютные резервы в 2014 г составляи из 450 млрд. долларов, 1998 г – 140 млрд. долларов соответственно. Сегодня В.Путин пользуется большей поддержкой населения, чем в 1998 году. Хотя это может измениться в любой момент.

Китайские аналитики сошлись в том, что сегодня Китаю важно войти в положение членов ЕАЭС, постараться понять и не высказываться против Союза, быть осторожным, но при этом не пренебрегать, и пристально следить за его развитием. Отмечают несколько причин такой позиции Китая: ЕАЭС – это региональная организация, созданная на фоне усиления глобализации, и представляет собой естественный исторический процесс; Углубление евразийской интеграции: на основе стабильного обеспечения безопасности и развития экономики, принимается единая политика внешней экономики стран ЕАЭС, что повышает эффективность сотрудничества для Китая, снижает затраты на проведение необходимых процедур, расширяет возможности экономической выгоды и взаимного дополнения, и при этом не подвергает сомнению наличие преимуществ для Китая; ЕАЭС не обязательно направлять свои действия против Китая, так как цель создания регионального интеграционного союза вовсе не заключается в том, чтобы сдерживать КНР в ее противодействии против американской стратегии по Тихоокеанскому региону[2].

По мнению основателя компании по прямым инвестициям в Азии Dezan Shira Associates, Дэвошира Элис, ЕАЭС создает некоторые вызовы и проблемы Китаю в отношении ее интересов в Центральной Азии[2] Во-первых, ЕАЭС – это конкурирующая наднациональная организация для ШОС, которая является блоком по обеспечению безопасности и решению ряда экономических вопросов в ЦА, где ведущее положение занимают такие державы как РФ и КНР. Во-вторых, единый внешний тариф предусматривает увеличение внутренней торговли: подобное импортозамещение в ЦА возможно только в ущерб китайскому бизнесу. В-третьих, КНР и Россия известны своей конкуренцией за природные ресурсы в ЦА: ЕАЭС может сбалансировать конкуренцию и обеспечить будущие энергетические контракты в пользу России, тем самым, нанести удар по экономике и производственному сектору Китая и ЦА.

Казахстан – Китай: торгово-экономические отношения. На современном этапе одним из ключевых составляющих стратегического партнерства между Казахстаном и Китаем являются торгово-экономические отношения. Если сравнить двусторонний торговый оборот между странами за последние годы, то очевидно динамичное развитие торгово-экономических отношений. Согласно статистическим данным, объем экспорта и импорта между РК и КНР ежегодно растет на 12,5% и составляет 17,5% от общего объема казахстанского импорта и экспорта. Это служит основой взаимных отношений и дает импульс развитию сотрудничества двух стран.

По данным Агентства по статистике РК, в тройку главных для Казахстана импортеров в 2014 году входит Китай, который находится на втором месте после России. Удельная доля импорта Китая составлет 17,9% в общем объеме импорта[3].

Выводы. Несмотря на конкретные результаты в двусторонних отношениях между Казахстаном и Китаем, в частности, новые экономические программы по улучшению условий торгово-экономического, инвестиционного и культурно-образовательного сотрудничества и др, странам все еще предстоит решить немало проблем: в социальной сфере, в международных перевозках, в инвестиционной деятельности. Важно перейти от ограниченного сотрудничества с западным регионом, как СУАР, к более тесным партнерским отношениям с динамично развивающимися внутренними, восточными провинциями, и свободными экономическими зонами Китая.

---

[2] Yang Shu, Wang Shusen: E Bai Ha Guanshui tongmen de fazhan ji qi yinxiang. Guoji wenti yanjiu, 2014.07.22;

[3] Основные показатели внешней торговли РК в разрезе стран: сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК: Социально-экономическое развитие Республики Казахстан (www.stat.gov.kz)

Сыдыкназаров М.К., Кумарбекова Э., Каржаубай Ж.М., Шалов О.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ И ЮЖНАЯ КОРЕЯ – ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В КОНТЕКСТЕ «ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ» ПРЕЗИДЕНТА ЮЖНОЙ КОРЕИ ПАК КЫН ХЕ

Южная Корея входит в двадцатку экономически наиболее сильных стран мира. Корея - членом элитного клуба G20., 7 страна в мире по объему экспорта и обороту внешней торговли, 15 экономика мира, более 150 товаров корейского происхождения являются мировыми брендами. Южная Корея – четвертая экономика всей Азии.

Республика Корея является одним из крупнейших партнеров центральноазиатских государств. Политика Южной Кореи в отношении евразийского континента актуализирует решение существующих проблем и сдерживающих факторов сотрудничества. В этой связи стоит подчеркнуть важность Евразийской инициативы президента Республики Корея Пак Кын Хе, озвученной осенью 2013 г., официальное название которой: «Открытие и отказ от ядерного оружия Северной Кореи через мирное процветание Евразии». Инициатива содействия сотрудничеству, национальная стратегия, выдвинутая правительством Кореи для достижения устойчивого процветания и мира в Евразии. Цель состоит в том, чтобы сделать континент Евразии единым, континентом творчества и мира. Основными секторами экономического сотрудничества в Евразии становятся: транспорт и логистика; энергетика и природные ресурсы; промышленность и торговля.

Остановимся на цифрах:

Показатели	
Товарооборот	$ 760 млн. (2010 год), $ 1,5 млрд. (2014 год) $ 1,377 млрд.* (2015 год) - (экспорт – 769,9 млн., импорт – 606,9 млн.), что по сравнению с 2014 годом снизился на 29%. *Основными статьями казахстанского экспорта являются: уран, ферросплавы, прокат нелегированной стали и железа, золото, медь.* *Основные статьи казахстанского импорта: электроника, оборудование и продукция машиностроения, кузова (включая кабины) для транспортных средств, автомобили и др. транспортные средства.*
Инвестиционные отношения	За период с 2005 г. по 1 квартал 2015 г. Валовый приток прямых инвестиций из Южной Кореи в Казахстан составил $ 3 690,3 млн. За период с 2005 г. по 1 квартал 2015 г. Валовый отток прямых инвестиций из Казахстана в Южную Корею составил $ 2,2 млн. По состоянию на 1 августа 2015 года в Казахстане зарегистрировано - 929 юр. лиц, филиалов и представительств с южнокорейским участием, из них действующих – 431 Известные предприятия («Samsung C&T», «LG Electronics», «LG Chem», «SK Corporation», «Hyundai», «POSCO» и т.д., строительные фирмы «Dong Il Highville», «Urim», «Кыкдонг Консоль» и др.)
Международная инвестиционная позиция:	МИП, нетто - $ 992,8 млн. (Активы + Обязательства (2015 год), $ 2699,7 млн. (2015 год) *Активы - $ 2699,7 млн. из них $ 2074,7 млн. портфельные инвестиции* *Обязательства - $ 1706,8 млн. из них $ 1198,5 млн. прямые инвестиции.*
Международная инвестиционная позиция:	$ 1706,8 млн. (2015 год) Обязательства - $ 1706,8 млн. из них $ 1198,5 млн. прямые инвестиции.

Казахстаном и другими государствами Центральной Азии ведется активная работа по расширению транспортного пути. Вместе с ростом китайского присутствия в ЦА наблюдается

увеличение российского фактора в региональной безопасности. На сегодняшний день наблюдаются как существенные успехи, так и определенные проблемы, сдерживающие поступательное всеобъемлющее партнерство Республики Казахстан с Республикой Корея. Одним из сдерживающих аспектов взаимовыгодного сотрудничества является недостаточное развитие транспортного потенциала. Географическая удаленность двух государств и отсутствие логистической альтернативы является приостанавливающим фактором развития транспортной кооперации.

При соединении новой железнодорожной магистрали через Хоргос, срок поставок значительно уменьшится, грузопоток увеличится.

Транспортное сообщение между Казахстаном и Южной Кореей замедляется ввиду существующей логистической проблемы. Сотрудничество в области железнодорожного транспорта между Казахстаном и Кореей характеризируют следующие показатели:

Объемы перевозок грузов: за 5 месяцев 2015 года объем перевозок грузов транзитом по железной дороге Казахстана составил: в Корею – 5,8 тыс. тонн, что на 6,8 тыс. тонн меньше, чем за аналогичный период 2014 года. Из Кореи – 106,6 тыс. тонн, что на 13,2 тыс. тонн больше, чем за аналогичный период 2014 года. *Объем экспортных и импортных грузов Казахстана составил:* в Корею – 21,8 тыс. тонн, что на 3,1 тыс. тонн больше, чем за аналогичный период 2014 года; из Кореи – 0,3 тыс. тонн, что на 2,5 тыс. тонн меньше, чем за аналогичный период 2014 года. Основная номенклатура перевозимых грузов: химикаты и сода, черные металлы.

В целом*, «Евразийская инициатива» Президента Кореи Пак Кын Хе основывается на трех принципах:* первый принцип предполагает связывание Азии инфраструктурой, такой как нефте- и газопроводы, материально-техническое снабжение и энергетическая сеть, интермодальные объекты и новые сухопутные и морские транспортные коридоры; второй принцип: «Креативность». Азия как новый центр экономического роста в мире нуждается в реформах, поскольку ее сравнительные экономические преимущества (например, огромное население и дешевая рабочая сила) теряют свою былую значимость. На сегодняшний момент Азии требуется новый стимул роста, который должен основываться на науке, технологии, ИКТ и инновациях; третий принцип: «Мир и Доверие». уделяет особое внимание угрозам безопасности в Азии (например, проблемы с Северной Кореей), которые являются серьезными препятствиями для торговли, инвестиций и общего развития[1].

В центре внимания не только области логистики и транспортное развитие, но и области технологий и инноваций. Южная Корея – одна из наиболее развитых стран, добившаяся успехов в сфере телекоммуникаций, информационных технологий. На сегодняшний день телекоммуникационный сектор имеет большой потенциал для развития сотрудничества между Казахстаном и Южной Кореей. Южнокорейские технологии применяются в проекте электронного таможенного оформления в Республике Казахстан. Корейское правительство уделяет внимание развитию Программы Обмена Знаниями в различных областях, в том числе промышленности, торговле, транспорте, инфраструктуре и т.д.

Также *необходимо импортировать не готовые товары, а современную модель производства, фабрики с опытом корейского менеджмента и обучением местного персонала*. В настоящий момент в Казахстане действует лишь несколько подобных заводов, среди которых стабильностью отличается завод компании LG по производству радио-, теле-, видеопродукции и бытовых приборов. 21 января 2010 г. В Алматинской области в рамках ГПФИИР открылся завод по крупноузловой сборке коммерческой техники автоHyundai.

В Государственную программу форсированного индустриально-инновационного развития включены совместный автосборочный проект казахстанской группы компаний Allur Auto, АО «АгромашХолдинг Казахстан» и южнокорейской корпорации SsangYong Motor Corp.

Смарт-инновационные технологии

В целом, корейская инициатива, в отличие от китайской, представляется более конкретной. В ней представлены основные проекты, такие как: Экспресс Шелковый путь, соединяющий Пусан, Северную Корею, Россию, Китай, Центральную Азию и Европу. *В планах создание нового морского пояса через Арктику.* Другие проекты включают в себя энергию транспортной сети (например, путем

[1] http://www.mofa.go.kr/ENG/image/common/title/res/0707_eurasia_bro.pdf

увязывания энергетической инфраструктуры, таких как трубопроводы и электрические сети), которая имеет существенное значение для Кореи как крупного импортера энергоресурсов. Также планируется расширение морского порта Пусан, который станет основным морским перекрестком по маршруту восток-запад и север-юг.

Тем не менее, реализуемые проекты в большей степени акцентируются на развитии транспортного сообщения через Россию. Транзит через Казахстан в настоящее время в основном представлен грузопотоками регионального транзита между Россией и Центральной Азией, Китаем и Центральной Азией. Транзит между Европой, Россией, Китаем и странами Юго-Восточной Азии освоен недостаточно. Для дальнейшей активизации сотрудничества Казахстану необходимо расширить сеть собственных терминалов на территории КНР. Казахстану следует также рассмотреть возможность создания ряда терминалов в южной части КНР вблизи крупных торгово-промышленных центров, среди которых выделяются: Шэньчжень, Гуаньчжоу, Фучжоу.

Реализация данных проектов позволит Казахстану формировать собственные транзитные поезда с товарами не только Китая, но и Японии, Южной Кореи и других динамично развивающихся стран Юго-Восточной Азии.

Ключевыми проектами евразийского сотрудничества с точки зрения РК являются: *проект Раджин-Хасан,* где Южная Корея приостановила свое участие по причине введенных Советом Безопасности ООН санкций против КНДР; проекты создания СЭЗ в Монголии; морские проекты с Турцией и Азербайджаном; кооперация в области здравоохранения с Туркменистаном, Казахстаном и Монголией; таможенная информационная система, работающая в режиме одного окна в Узбекистане; создание Евразийской Географической Информационной Системы (GIS); создание Евразийского Кооперационного Делового Совета.

Подытоживая, считаем, что Корейский полуостров должен рассматриваться Казахстаном более амбициозно - как своего рода трамплин для продвижения экономических интересов в во всем АТР.

Скіцько В.І.
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР В КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 4.0

«Індустрія 4.0» (або Четверта промислова революція) є новим світовим трендом розвитку економіки та суспільства. «Індустрія 4.0» - це інноваційне виробництво майбутнього, яке вже твориться сьогодні та покликане кардинально змінити не лише сферу промислового виробництва, а й наше життя в цілому.

Індустрії 4.0 «народилась» у квітні 2011 року на Ганноверській промисловій виставці-ярмарці завдяки президенту Німецької академії технічних наук Хеннінгу Кагерманну, представнику Федерального міністерства освіти та наукових досліджень Вольф-Дітеру Лукасу та голові правління Німецького науково-дослідного центру штучного інтелекту Вольфгану Вальстеру. На початку термін «Індустрія 4.0» визначав використання різних засобів та технології для підвищення конкурентоспроможності німецької промисловості шляхом імплементації кіберфізичних систем у реальне виробництво [1]. Проте ідеї цієї концепції виробництва дістали розвитку також в інших країнах світу. Зокрема, в США на сьогодні зосередилися на розвитку Інтернету Речей (Промисловому Інтернету Речей), завдяки якому все у світі буде пов'язане одне з одним. Для цього було створено Консорціум Промислового Інтернету [2]. У Франції аспекти Індустрії 4.0 розвиває Альянс для промисловості майбутнього [3], в Англії – Катапульт-центр Високотехнологічного виробництва [4], в Японії - проект «Промисловий ланцюг доданої вартості» [5] та концепція «Підключені Фабрики» [6] тощо.

Основу Індустрії 4.0 складають [7]: Великі дані та їх аналіз; Автономні роботи; Моделювання; Горизонтальна та Вертикальна Системна Інтеграція; Промисловий Інтернет Речей; Кібербезпека; Хмари; Адитивне виробництво; Розширена (або віртуальна) реальність.

Якщо вважати, що головною рушійною складовою Індустрії 4.0 є інформаційні засоби та технології в будь-якому їх прояві, то Україна має достатній потенціал, щоби зайняти одне із провідних місць серед країн-лідерів цієї нової концепції розвитку економіки. Проте для цього необхідна постійна взаємодія органів державної влади; промислових підприємств; підприємств, які є лідерами у своїй галузі; IT-компаній; університетів; наукових інноваційних центрів (технопарків), науково-дослідних центрів тощо [8]. З іншої сторони для переважної більшості вітчизняних підприємств їх стан відповідає Другій промисловій революції і тому для них можливі такі варіанти їх розвитку: частина підприємств, пройшовши дуже швидко третій етап розвитку промисловості, який характеризується широким впровадженням інформаційних та цифрових технологій, може перейти до четвертого етапу (Індустрії 4.0), інша частина підприємств (готовою продукцію яких наразі є сировина) повинні одразу перейти до Індустрії 4.0 [9]. Все це вимагає величезних інвестицій. Наприклад, на думку експертів до 2020 року щорічні інвестиції компаній по всьому світі у розвиток концепції «Індустрія 4.0» будуть складати близько 907 млрд. доларів США, а період їх окупності оцінюється у два роки [10].

Для Індустрії 4.0 характерні цифровість (всі дані та інформація будуть мати лише цифровий вигляд; використання сенсорних пристроїв; віртуальна реальність тощо) та мережність (всі споживачі, устаткування, готова продукція тощо будуть підключені до єдиної мережі передачі даних). Разом з цим виникають проблеми щодо підготовки та наявності необхідної кількості спеціалістів, які здатні будуть розробляти та обслуговувати підприємства нового покоління. Зокрема, на наш погляд, в Четвертій індустріальній революції одне із основних місць займають IT-спеціалісти, інженери різних галузей (машинобудування, електротехніка тощо), спеціалісти з логістики, економісти-аналітики.

В Індустрії 4.0 відбудеться зміна у логістичних ланцюгах постачання на різних рівнях. Зокрема, ефективним буде той логістичний ланцюг постачання, в якому будуть відбуватися обміни даними між усіма його учасниками (від постачальників сировини до кінцевого споживача) у цифровому виді, а це вимагає існування відповідної постійної працюючої мережі передачі даних. Використання

Інтернету Речей в логістиці дозволить здійснювати прозорий та цілісний контроль уздовж усього логістичного ланцюга постачання, задовольняючи потреби: кінцевих споживачів щодо відстеження їх замовлень в реальному часі; промислових підприємств щодо контролю за продукцією, яка вимагає особливих умов транспортування; логістичних операторів щодо побудови оптимальних транспортних мереж [11]. Питання логістики будуть особливо актуальними в Індустрії 4.0 через те, що відбудеться перехід від масового виробництва однакових виробів до «масової кастомізації» (масового виробництва індивідуальних замовлень) [12].

Очевидно, що країни, які не здатні будуть впроваджувати у себе елементи Індустрії 4.0 можуть цілковито випасти із світового економічного простору. Не дивлячись на геополітичні та економічні проблеми, Україні потрібно активно брати участь у світових процесах, які пов'язані з Індустрією 4.0. Вітчизняні промислові підприємства повинні у найближчі роки принаймні наблизитися до границь Індустрії 4.0, а для цього наразі потрібно широке впровадження різних інновацій, які пов'язані із цілковитою автоматизацією виробництва, розповсюдженням Інтернету на усіх ділянках виробництва та управління, використанням сенсорних технологій, підготовка відповідних спеціалістів тощо. Окрім того, на думку автора [12], в Україні потрібно створити Український консорціум промислових Інтернет технологій.

1. Kagermann H. Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution [Електронний ресурс] / H. Kagermann, W.-D. Lukas, W. Wahlster // VDI nachrichten. – 2011. - №13. – Режим доступу: http://www.vdi-nachrichten.com/Technik-Gesellschaft/Industrie-40-Mit-Internet-Dinge-Weg-4-industriellen-Revolution. 2. Офіційний сайт Консорціуму Промислового Інтернету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iiconsortium.org/. 3. Офіційний сайт Альянсу для промисловості майбутнього [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://allianceindustrie.wix.com/industrie-dufutur. 4. Офіційний сайт Катапульт-центру Високотехнологічного виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hvm.catapult.org.uk/. 5. Офіційний сайт проекту «Промисловий ланцюг доданої вартості» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.iv-i.org/en/. 6. Japanese Factories Connected Together [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.meti.go.jp/english/publications/pdf/journal2015_05a.pdf. 7. Rüßmann M. Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries [Електронний ресурс] / M. Rüßmann, M. Lorenz, P. Gerbert, M. Waldner, J. Justus, P. Engel, M.Harnisch. – 2015. Режим доступу: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/engineered_products_project_business_industry_40_future_productivity_growth_manufacturing_industries/. 8. Скіцько В.І. Індустрія 4.0 як промислове виробництво майбутнього / В.І. Скіцько // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 5. – С. 33 – 40. 9. Мініч О. Як Україні перестрибнути в Індустрію 4.0 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://biz.nv.ua/ukr/experts/minitch/jak-ukrajini-perestribnuti-v-industriju-4-0.html. 10. Industry 4.0: Building the digital enterprise [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pwc.com/gx/en/industries/industries-4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf. 11. Macaulay J. Internet of Things in Logistics: A collaborative report by DHL and Cisco on implications and use cases for the logistics industry [Електронний ресурс] / J. Macaulay, L. Buckalew, G. Chung, M. Kückelhaus // DHL Trend Research, Cisco Consulting Services. – 2015. – Режим доступу: http://www.dhl.com/content/dam/Local_Images/g0/New_aboutus/innovation/DHLTrendReport_Internet_of_things.pdf. 12. Михайлов О.М. Індустрія 4.0 – 4 Індустріальна Революція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://appau.org.ua/Indusrty_4-0-4_Idustry_revolution.

Станасюк Н.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК НЕВІД'ЄМНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Однією з найбільш складних проблем, яка перебуває постійно в полі зору вчених-економістів є оцінювання величини економічного потенціалу. Вибір найбільш точної методики має вагоме практичне значення, оскільки раціонально управляти державою можна лише тоді, коли знаєш чим володієш. Роль інновацій, звичайно, важко переоцінити. Це доведено прикладами багатьох країн світу, які обравши інноваційний шлях розвитку, досягли значних економічних результатів. Зараз в Україні обрано вектор на модернізацію промисловості. Тому закцентуєнтумо увагу на визначенні величини інноваційного потенціалу як невід'ємної складової промислової потенціалу країни.

Питання економічного оцінювання потенціалу досліджені в працях О.Ф. Балацького, І.О. Джаін, Л.М. Горбача, О.І. Олексюка, Ю.В. Кіндзерського, Д.В. Клинового, О.М. Клімахіної, Н.С. Краснокутської, Є.П. Лапіна, Б.М. Мочалова, П.П. Пастушенко, Т.В. Пепу, І.М. Репіна, О.М. Тищенко, О.С. Федоніна, М.А. Хвесика та ряду інших вчених. При цьому спостерігається загальне зміщнення акценту із макро- та мезорівня на мікрорівень. Не дивлячись, на значний рівень опрацювання розглянутої проблематики різноманітність підходів оцінки, їх різнобічність, а, іноді, навіть суперечливість, зумовлюють необхідність їх уточнення. Значна мінливість зовнішнього середовища спонукає до пошуку нових більш адекватних до сучасних реалій методик.

Узагальнюючи результати наукових досліджень можна виділити наступні підходи до оцінювання потенціалу (табл.1).

Таблиця 1

Підходи до оцінювання економічного потенціалу

Автор	Концептуальний підхід	Базова основа	Методологічний підхід
Балацький О.Ф. [2]	Статичний	Поділ економічного потенціалу на активну і пасивну частини	Структурний
Климахіна О.М. [4]	Динамічний	Різниця між об'ємами виробництва у період підйому та спаду	Виробничий
Лапін Є.В. [5]	Динамічний	Сума доданих вартостей від використання факторів виробництва	Факторний
Мочалов Б.М. [3]	Статичний	Сума вартості витрат минулої праці у вигляді основних виробничих фондів та матеріальних витрат	Витратний
Тищенко О.М. [6]	Динамічний	Врахування впливу складових елементів	Факторний
Хвесик М.А., Горбач Л.М., Пастушенко П.П. [8]	Статичний	Економічна оцінка окремих видів ресурсів	Ресурсний

Усі зазначені підходи можуть бути застосовані і для визначення величини інноваційного потенціалу. Їх можна назвати класичними та еволюційними. Так, витратний, ресурсний підходи були актуальними в період радянської економіки, коли зростання потенціалу країни, пов'язувалося із вартісною оцінкою витрачених ресурсів. На початку XXI століття все частіше стали використовувати підходи, в основі яких покладено процеси, які зумовлюють зміни потенціалу та пов'язані із його формуванням, використанням та розвитком. Зокрема, Ю.С. Шипуліна для оцінки стану інноваційного потенціалу пропонує застосовувати показники оцінки інтелектуальної складової (винахідницька

активність, інженерно-технічне і наукове забезпечення, плинність кадрів високої кваліфікації, оновлення знань), оцінки інформаційної складової (повноти інформації, точності інформації, суперечливості інформації), оцінки інтерфейсної складової (ступінь надійності взаємодії з суб'єктами інноваційного процесу), оцінки науково-дослідної складової (частка витрат на НДДКР, частка витрат на використання науково-технічних досягнень в обсязі товарної продукції, співвідношення витрат на НДДКР і витрат на впровадження нової техніки) [9]. Поглиблюючи дослідження попередників, А.Р. Дунська пропонує систему індикаторів оцінки інноваційного потенціалу розвитку промислового підприємства за наступними складовими: інноваційний рівень виробництва, фінансові ресурси підприємства, кадрова та організаційна складова інноваційного потенціалу, науково-дослідна складова, маркетингова складова, інформаційно-комунікативна складова та рівень експортного потенціалу [1, с.50].

Проте існуючі підходи не дозволяють оцінити інноваційний потенціал як вагомий чинник впливу на розвиток промислового потенціалу. Певні напрацювання в цьому напрямі зроблено Ю.В. Кіндзерським, який пропонує застосування інтегрального показника технологічної інноваційності, що відображає можливості галузі впливати на економіку через ресурсний потенціал інноваційної діяльності (наявність умов для інноваційного розвитку), технологічний потенціал (можливість технологічного оновлення виробництва) і ринковий потенціал (можливість промисловості щодо насичення ринку інноваційною продукцією) [7, с.379]. Водночас запропонована методика є не досконалою та потребує подальшого уточнення в напрямку розширення складових інноваційного потенціалу, що дозволить досягнути більшої об'єктивності одержаних результатів. Застосування інтегральних показників призводить до одержання часткових оцінок, визначення величини окремих факторів та не сприяє комплексному оцінюванню промислового потенціалу. Зазначеного недоліку позбавлений оптимізаційний економіко-математичний підхід, в контексті якого всі показники взаємопов'язані між собою.

Таким чином, невід'ємною складовою промислового потенціалу є інноваційний потенціал, визначення величини якого поглиблює аналіз загальної економічної ситуації в країні та дає системне уявлення про величину промислового потенціалу. Перспективою подальших досліджень є формування системи індикаторів оцінювання інноваційного потенціалу із врахуванням сучасних векторів розвитку економіки та пошук .

1. Дунська А.Р. Індикатори оцінки інноваційного потенціалу розвитку промислового підприємства в умовах світового ринку / А.Р. Дунська // Вісник НТУ "ХПІ". – 2013. – №44 (1017). – С. 48-58. 2. Экономический потенциал административных и производственных систем: монография / под ред. О.Ф. Балацкого. – Сумы: ИТГ Университетская книга, 2006. – 973 с. 3. Экономический потенциал развитого социализма: монография / под ред. Б.М. Мочалова. – М., 1982. – 278 с. 4. Климахіна О.М. Використання потенціалу регіонів як чинник підвищення рівня їх пропорційного розвитку: дис. канд. екон. наук: 08.01.01 / Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана. – К., 2006. – 30 с. 5. Лапін Є.В. Економічний потенціал підприємств промисловості / Є.В. Лапін // Вісник СумДУ. Серія Економіка". – 2007. – №1 (Т.2). – С. 63-71. 6. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу / О.М. Тищенко, К.: ВНТУ, 2004. – 350 с. 7. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / відпов. ред. Ю.В. Кіндзерський. – К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007. – 408 с. 8. Хвесик М.А. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка: навч. посіб. / М.А. Хвесик, Л.М. Горбач, П.П. Пастушенко. – К.: Кондор, 2004. – 344 с. 9. Шипуліна Ю.С. Критерії та методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства / Ю.С. Шипуліна // Механізм регулювання економіки. – 2008. – №3(Т.1). – С. 58-63.

Теребух А.А., Брунець Б.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЕЛЕМЕНТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ГЕНЕРАТОРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

Стрімкий розвиток туризму став можливим через зростання добробуту населення, збільшення вільного часу, та уніфікації міжнародного законодавства прийнятного у більшості країн світу. Але чи не найбільшу роль у розвитку туристичної сфери відіграла науково-технічна революція, котра призвела до появи елементів інфраструктури котрі дають змогу реалізувати подорож та задовольнити найрізноманітніші туристичні бажання – від екстремальних до гастрономічних. Донедавна об'єкти туристичної інфраструктури сприймали як такі котрі забезпечують туристів необхідними умовами для комфортного їх перебування поза межами їх проживання. Сьогодні ж докорінно змінюються стереотипи щодо цього і на перший шпальту виходять саме такі, котрі являються об'єктами туристичного інтересу.

Розуміючи перспективність розвитку туризму як одного із найлегших та найприбутковіших сфер діяльності у міжнародних туристичних потоках появляються все нові і нові напрями. Таким феноменом є приклад Об'єднаних Арабських Еміратів досвід котрих свідчить що на «рівному місці» при наявності достатнього фінансування та відповідного сприятливого законодавства можна розвинути потужну туристичну індустрію.

У наукових та прикладних колах прийнято вважати, що вибір оптимального місця розташування туристичного підприємства забезпечить йому подальший сталий розвиток, котрий ґрунтується на регіональному аналізі з огляду ефективного природокористування, насиченості рекреаційними ресурсами, враховуючи вплив факторів розміщення у просторі. Наявність об'єктів туристичної інфраструктури взаємозалежна від рекреаційних, трудових ресурсів, екологічного стану території та економічної доцільності створення туристичного об'єкту.

Але сьогодні ми зіткнулись із зовсім іншим видом розвитку туристичної сфери. Де об'єкти туристичної інфраструктури асоціюються із туристичними ресурсами та призводять до появи туристичних потоків, припливу робочої сили та капіталу.

Об'єднані Арабські Емірати розташовані на березі Егейського моря із посушливим кліматом, піщаними дюнами та постійною нестачею прісної води ніколи не приваблювали своїми ландшафтами туристів, а особливо із країн Європи, чи Америки. У 80-х роках ніхто і не міг подумати, що саме ця країна, завдяки нафтодолларами, стане туристично привабливою та поламає усі відомі до сьогоднішнього дня стереотипи розміщення об'єктів сфери туризму, котрі з часом стануть історичною та культурною спадщиною людства. Сучасні науково - технічні досягнення дали можливість реалізації нестандартних, амбіційних часто сюрреалістичних проектів. Необхідність диверсифікації ризиків та швидке усвідомлення недовготривалості успіху нафтової промисловості дало поштовх до появи нового туристичного регіону «із нічого» про успішність такого стратегічного рішення свідчать надходження від сфери туризму (див. табл.).

Надходження від туристичної діяльності ОАЕ у порівнянні із Україною [1]

Період	1995	2004	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Україна, млн.дол.	0,191	2,931	3,542	6,722	4,349	4,696	5,406	5,988	5,931	2,263
ОАЕ, млн.дол.	0,632	1,593	3,218	7,162	7,352	8,577	9,204	10,924	12,389	13,969

Дані свідчать, що Україна володіючи потужним рекреаційним, історико-культурним ресурсом за рівних стартових умов із ОАЕ, враховуючи економічну кризу 90-х років, так і не зуміла використати на свою користь близькість до потужного туристичного ринку Європейського Союзу.

1. International tourism, receipts (current US$) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://beta.data.worldbank.org.

Феєр О.В.
Мукачівський державний університет

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Наразі перед більшістю українських підприємств стоять рівнозначні завдання, а саме оперативно та гнучко реагувати на зовнішні виклики, спеціалізуватись на виготовленні продукту, що має інноваційне наповнення і який забезпечить конкурентоспроможність підприємства на ринку. Це вимагає від підприємств бути інноваційно активними, тобто здійснювати інноваційну діяльність.

Інноваційна діяльність - діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1]. Інноваційна діяльність повинна бути притаманна як представникам великого, так малого і середнього бізнесу, оскільки дає можливість сформувати конкурентні переваги, забезпечити лідерські позиції на тих ринках, де в них є для цього умови. Суб'єкти господарювання мають безперервно і активно створювати і впроваджувати різноманітні інновації для забезпечення ефективної діяльності.

Інноваційна діяльність визначається та зумовлюється наступним характеристиками [2; 5]: рмістом та складом конкретних дій, що здійснюються згідно із визначеною технологією, процедурою; інноваційна діяльність є складовою більш загального процесу; загальність інноваційного процесу пов'язана із тим, що, крім новатора, необхідною є діяльність інших суб'єктів інноваційного процесу, які здійснюють діяльність на інших стадіях життєвого циклу інновації.

Інноваційну активність підприємства можна трактувати як динаміку дій підприємства щодо створення інновацій та їх практичної реалізації; є індикатором вектору руху підприємства щодо формування конкурентних переваг в умовах активізації динаміки змін зовнішнього середовища та обмеженості ресурсів [2]. На інноваційну діяльність впливають внутрішні і зовнішні фактори. До зовнішніх належать політичні, економічні, технологічні, соціальні. До внутрішніх мотивоване керівництво; інтеграція технологічних і управлінських інновацій; висока продуктивність; ефективні відносини з персоналом, широке залучення його в інноваційний процес; безперервне організаційне навчання;ефективна система маркетингу, що здійснює комунікації з кінцевими споживачами; управління якістю, інфраструктурою, організаційним розвитком [3, с.95].

Сучасний стан інвестиційної активності підприємств є достатньо низькою, що обумовлено наступними чинниками: фрагментарність, непослідовність і незавершеність економічної трансформації; орієнтація економіки на інвестування розвитку виробництв, а не на активізацію інноваційної діяльності; відсутність розвиненої інноваційної інфраструктури; орієнтація на імпорт високотехнологічного устаткування, недостатня увага до розвитку власного науково-технічного потенціалу; відсутність кваліфікованого управління інноваційними процесами, спрямованого на підвищення якості продукції, отримання конкурентних переваг; недосконалість інструментів правового регулювання інноваційної діяльності [4].

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15. 2. Методы оценки инновационной активности промышленных предприятий. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.bankrabot.com. 3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми концепції, методи: навч. посіб. / Ілляшенко С.М. - Суми: Університетська книга, 2010.- 129с. 4. Дейнеко Л.В. Сучасний стан, проблеми та стратегія розвитку харчової промисловості України до 2011 року / Л.В. Дейнеко, Л.В.Старшинська, А.О. Коваленко, Е.І. Шелудько // Економіка промисловості України. - К.: РВПС України НАН України, 2003. - С. 127–135. 5. Балдін К. В Инновационный менеджмент: науч. пособ. / К.В. Балдін, А.В. Баришева, М.М. Іщенко, І.І. Передеряєв, С.Н. Галдицька, С.Н. Черкасов. - М.: Издательско-торговая корпорація "Дашков и К", 2008. - 384 с.

Чернобай Л.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ (МСБ): ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

Відповідно до Плану відновлення України на 2015-2017рр., сформованого урядом спільно з партнерами з ЄС [1], підтримка і розвиток малих та середніх підприємств розглядається як один з пріоритетних напрямів реформування національної економіки. Нормативно-правовим підґрунтям діяльності підприємств малого і середнього бізнесу (МСБ) виступає Конституція України, Господарський, Цивільний, Податковий кодекси, низка законодавчих актів [2].

До ключових KPI малих і середніх підприємств запропоновано віднести: 1) частку МСБ у ВВП; 2) кількість експортоорієнтованих МСБ; 3) кількість робочих місць, створених МСБ. [1, с.51], що відповідає світовому досвіду (табл. 1).

Таблиця 1

Роль МСБ в економіці окремих країн, 2002-2004 рр.

Країна	Частка МСБ у загальній чисельності зайнятих, %	Частка МСБ у ВВП країни, %
Великобританія	52	53-56
Німеччина	69	55-57
США	53	50-52
Японія	78	52-55
Угорщина	65	50-52
Польща	60	50-52
Росія	13	10-11

В свою чергу в Україні частка малого бізнесу у ВВП, за даними Держкомстату, не перевищувала 21% у 2010 р. і мала тенденцію до зменшення (18% у 2011 р.) [3, с.69] та наблизилась до 10-11% у 2014р. Ще одним важливим показником діяльності МСБ є обсяг реалізації товарів (робіт, послуг), який коливається від 55,5 до 58,4% до загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) за 2010-2014рр. Такий обсяг діяльності забезпечували у загальній кількості підприємств: середні підприємства – від 4,7 до 5,5% та малі (в т.ч. мікро) підприємства – від 94,3 до 95,2%. Наприклад, у країнах ЄС частка малих і середніх підприємств (з кількістю працюючих до 250 осіб) повинна складати більше 99% усіх підприємств країни. Показники зайнятості у відсотках до загальної кількості зайнятих працівників за 2010-2014рр.склали відповідно: середні підприємства – від 40,7 до 42,8%; малі підприємства – від 26,7 до 27,2%; в тому числі мікропідприємства – від 10,1 до 11,5 [4], що свідчить про відносно стабільну ситуацію і забезпечує зайнятість майже 70% працевлаштованого населення. Структура експортноорієнтованих МСБ наведена у [3, с.70] і включає: серед промислових підприємств - кожний п’ятий суб’єкт господарювання (20,6%), серед підприємств, що займаються іншими видами економічної діяльності, - не більше 5%. Серед торговельних підприємств кількість імпортерів у 3,4 рази перевищує кількість експортерів (11,2%). Серед будівельних і сільськогосподарських підприємств, а також підприємств сфери послуг, зовнішньоекономічною діяльністю займаються одиниці.

Аналізування ключових KPI вітчизняних МСБ вцілому свідчить про їх відповідність міжнародним тенденціям, однак фінансові результати діяльності МСБ є недостатніми та суттєво нижчими. Так, частка малого бізнесу України в загальному обсязі експорту становить у середньому 4,5%, тоді як у загальній кількості підприємств малі підприємства становлять понад 90%, що цілком відповідає структурі підприємницького сектору Китаю. Однак малий бізнес КНР робить набагато більший внесок у загальний обсяг експорту країни (близько 65%). [3, с.70]. За показником «фінансові результати до оподаткування» (табл. 2), можна відстежити незадовільну тенденцію в розрізі саме малих (в т.ч. мікро) підприємств, які останні 5 років демонструють стійку збитковість.

Таблиця 2

Фінансові результати до оподаткування МСБ та великих підприємств за 2010-2014рр. [4]

Показники	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.
великі підприємства, млн. грн.	28471,1	92572,1	37182,2	28003,5	-189934,1
МСБ разом, млн. грн.	25934,6	26033,5	38488,0	-16667,8	-374442,7
у тому числі:					
-середні підприємства, млн. грн.	41581,7	31090,8	47742,0	8390,1	-199180,3
-малі підприємства, млн. грн.	–15647,1	–5057,3	-9254,0	-25057,9	-175262,4
з них мікропідприємства, млн. грн.	–13898,9	–8708,3	-12825,5	-25038,3	-100967,0

Проблеми функціонування вітчизняних МСБ знаходяться у декількох площинах і носять системний характер. Однак, одним із шляхів їх вирішення може стати реальна, а не декларативна підтримка з боку держави та чіткі правила гри в нормативно-правовому полі.

Однак, не зважаючи на складні економічні умови сучасного розвитку вітчизняних МСБ, доцільно зосередити увагу на глобальних тенденціях, які диктуватимуть умови майбутнього.

Зокрема, світовий розвиток описуються абревіатурою VUCA – volatile, uncertain, complex, ambiguous – нестабільність, невизначеність, складність, неоднозначність, що вимагає переходу на глобальну індивідуалізацію діяльності, яка належить до переваг МСБ: близькість до клієнта, що забезпечує гнучке реагування на його потреби; постійна боротьба за виживання в конкурентному середовищі, що забезпечує оптимізацію усіх процесів; позбавленість від внутрішньої бюрократії, що знижує накладні витрати; інноваційність в основі бізнесу, коли власники-підприємці ініціюють нові види діяльності, продуктів чи послуг; можливість об’єднувати зусилля у формі альянсів, мереж, кластерів [5, с.446].

Суттєвого значення набуває зміна бізнес-моделі мультинаціональних компаній в частині стратегії локалізації та орієнтації на місцеві ресурси забезпечує їх отримання у невеликій кількості від невеликих компаній, що розташовані поруч з виробничими та науково-дослідними майданчиками, за меншу ціну та нижчі ризики [6, с.58].

Тенденція до децентралізації ланцюга постачання має на меті перенесення виробництва з великих підприємств до невеликих заводів, які знаходяться поруч з центрами споживання. Так, Danone – мультинаціональний виробник продуктів харчування – за результатами ефективної інвестиції у будівництво міні-заводу у Бангладеш має на меті вихід на інші, в т.ч. європейські ринки. Ідею гнучкого виробництва активно підтримують гіганти в інших галузях, наприклад, Bayer, який запропонував власні принципи F3 – flexible, fast, future (гнучкість, швидкість, майбутнє), і на сьогодні активно розвиває розроблення й адаптацію модульних F3-заводів у хімічній галузі.

Важливим є розвиток платформ колективного збору коштів для фінансування стартапів, що дозволяє окремим винахідникам розпочати власний бізнес. Особливого значення набуває такий тренд для молоді, яка немає постійного працевлаштування, або має на меті працювати сама на себе (бути «босом самому собі»). Фінансування проектів невідомих розробників практично неможливе за кошти держави, або венчурних фондів. Так, згідно [7] «якби американці передали хоча б 1% із 30 трильйонів дол. США своїх довгострокових інвестицій малому бізнесу, він би отримав у 10 разів більше венчурного капіталу, ніж протягом 2011р.».

Особливого значення з включенням Internet-технологій в економічні відносини набуває тенденція до формування і реалізації бізнес моделі C2C (Consumer-to-consumer). У результаті будується схема електронної торгівлі, за якої покупець та продавець не є підприємцями з юридичної точки зору, однак зазвичай для забезпечення процесу торгівлі використовують третю сторону – посередника, який організовує торговий майданчик.

Загалом, урахування перелічених глобальних тенденцій з урахуванням локальних вітчизняних особливостей ведення малого та середнього бізнесу може виступити передумовою його зростання.

1.План відновлення України. Стратегічний документ 2015-2017. [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: http://reforms.in.ua/Content/download/Strategic_doc_final%202015-2017.pdf
2.Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в

Україні» №4618-VI від 22,03,2012р. [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17 3.Матусова О.М. Проблеми розвитку експортоорієнтованого малого бізнесу України / О.М.Матусова// Збірник наукових праць «Сучасні питання економіки і права». – К., 2013. – Випуск 2 (Серія економічні науки). – с.69-74. 4.Статистичний збірник "Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва", 2014. Державна служба статистики України. 5.Саприкіна М.А. та ін. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / М.А.Саприкіна, О.Ляшенко, М.А.Саєнсус, Г.А.Місько, А.Г Зінченко (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Редькіна О.С.) – К.: ТОВ «Фарбований лис», 2011. – 480с. 6.Раджу, Н. Економіні інновації: Як створити більше з меншими ресурсами / Н.Раджу, Д.Прабху. – Київ:K.FUND, 2015. – 208с. 7. Cortese, A., Locavesting: The Revolutionin Local Investing and How to Pi`ofitfrom It, John Wiley, 2011.

СЕКЦІЯ 2.
ІНСТИТУЦІЙНІ І ПОЛІТИЧНІ ЧИННИКИ У РИНКОВІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Бохонко І.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРЕДАВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ

Електрична енергія універсальна: вона зручна для далеких передач, легко розподіляється по окремих споживачах і за допомогою порівняно нескладних пристроїв перетвориться в інші види енергії. Велике значення для фінансового стану енергопостачальних компаній, можливості управління попитом на електроенергію має структура електроспоживання, яка впливає на рівень середньо-відпускного тарифу і собівартість постачання електроенергії, збирання коштів за спожиту електроенергію, зокрема рівень оплати готівкою, можливість вирівнювання режимів електроспоживання. Частка непромислових організацій-споживачів (переважно бюджетні організації) досить велика у "Київобленерго", "Кримобленерго", "Харківобленерго", "Одесаобленерго", "Львівобленерго" і "Закарпаттяобленерго". Ця група споживачів характеризується поганою платіжною дисципліною і значно нижчими можливостями для управління попитом на електроенергію порівняно із попередньою. Саме її частка у протермінованій дебіторській заборгованості є значною і постійно зростає. У зв'язку з тим, що споживання електроенергії промисловими споживачами зменшилося істотніше, аніж непромисловими, частка непромислових споживачів у загальній структурі електроспоживання зростає. Частка транспорту у структурі споживачів електроенергії найбільша у тих енергопостачальних компаній, які поставляють електроенергію густонаселеним регіонам (Львів, Київ, Харків, Севастополь, Одеса, Донецьк і область, Дніпропетровськ), а також компаній, які забезпечують електроенергією регіони, через які проходять численні транспортні комунікації у напрямі кордонів України з Росією, Польщею, Угорщиною, портів Чорного моря, які обслуговують великі транспортні вузли. Для цієї групи споживачів характерним є нормальна платоспроможність і високий рівень тарифу на електроенергію, їх частка у загальній структурі електроспоживання є стабільною. Населення є найбільшою групою у структурі споживання електроенергії для компаній "Чернівціобленерго", "Кримобленерго", "Тернопільобленерго", "Київобленерго", "Хмельницькобленерго", "Одесаобленерго". Населення сьогодні є практично єдиним джерелом надходження реальних грошових коштів, але ця перевага перекривається низьким середньовідпускним тарифом за наявності безоблікового споживання електроенергії і численних пільговиків (близько 70% від загальної кількості споживачів), а також незначними можливостями щодо управління попитом на електроенергію. Розглянемо детальніше структуру електроспоживання на досліджуваних підприємствах.

Як видно, з табл.1 найбільшу частку споживання електроенергії по Львівській області займає населення, і з кожним роком цей відсоток збільшується. Також, значну частину використовує і комунально-побутове господарство [1-3]. Найменший відсоток споживання має будівництво, лише 0,65%.У Прикарпатській області у 2012 році найбільше електоспоживання було промисловою галуззю,але починаючи з 2013 року ситуація змінилася, і населення зайняло першу позицію. Найменше використовували такі галузі, як будівництво та сільське господарство. Що стосується Закарпатської області, то тут населення займає більше, ніж половину спожитої електроенергії. На інші галузі залишається 34,4% від всієї спожитої електроенергії [7-9]. Першочерговим завданням є зменшення енергоспоживання у бюджетній сфері та комунальними підприємствами, а також і населення [10].

Діяльність підприємства нерозривно пов’язана з наявністю та використанням основних засобів, які повинні характеризуватися відповідним складом та структурою для здійснення процесу виробництва. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та отримання необхідної

величини прибутку необхідно здійснювати постійний аналіз ефективності використання основних засобів та досліджувати фактори, які впливають на цю зміну.

Таблиця 1

Реалізація електричної енергії на підприємствах

Показник	Величина показника у роках, у млн..кВт* год.								
	ПАТ «Львівобленерго»			ПАТ «Прикарпаттяобленерго»			ПАТ «Закарпаттяобленерго»		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Електроспоживання (брутто)	4626,0	4613,2	4489,4	2966,21	2629,39	2458,94	2146,9	2149,4	2099,8
Електроспоживання (нетто)	4325,0	4301,1	4123,3	2622,34	2296,72	2125,78	1646,9	1661,2	1671,2
у % до загального споживання:	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Промисловість	21.45	20,33	20,13	38,16	28,8	29,3	12,2	11,7	11,5
Сільське господарство	2,42	2,45	2,74	1,69	2,1	2,2	0,7	0,8	0,78
Транспорт	5,71	5,90	5,31	8,98	9,01	1,9	1,9	1,8	1,5
Будівництво	0,77	0,72	0,65	0,46	0,53	0,6	0,13	0,14	0,13
Комунально-побутове господарство	25,66	24,08	23,19	12,12	13,9	14,7	11,3	11,32	10,87
Населення	39,77	39,65	44,94	34,09	40,7	45,4	65,6	67,6	68,35
Інші непромислові споживачі	4,22	4,05	5,04	4,5	5,0	6,0	8,1	6,7	6,9

Джерело:[розраховано автором на основі даних із підприємств]

Електричні мережі - сукупність пристроїв, службовців для передачі і розподілу електроенергії від її джерел до електроприймачів, загального призначення, по яких передається і розподіляється близько 98% всієї електроенергії, що виробляється, об'єднують електростанції і споживачів електроенергії в електричні системи, а також системи між собою за допомогою повітря і кабельних ліній електропередачі (ЛЕП). Вони забезпечують надійне централізоване електропостачання територіально розосереджених споживачів при необхідній якості електроенергії і високих економічних показниках.

Виходячи з поточного стану електроенергетичної галузі та оцінки проблем і перспектив її розвитку, основними завданнями і заходами спрямованими на забезпечення надійного та ефективного виробництва і транспортування електричної енергії для забезпечення внутрішнього попиту та якісного функціонування підприємств цієї галузі та дотримання вимог щодо охорони навколишнього природного середовища та енергозбереження, можна говорити про таке: будівництво нових енергоблоків на основі сучасних технологій, реконструкцію та модернізацію наявних генеруючи потужностей, продовження строку експлуатації діючих енергоблоків, реалізацію проектів будівництва енергогенеруючих потужностей на відновлюваних джерелах енергії, виведення з роботи енергогенеруючого обладнання, яке вичерпало технічний ресурс експлуатації.

1. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Львівобленерго» за 2012 рік. 2. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Львівобленерго» за 2013 рік. 3. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Львівобленерго» за 2014 рік. 4. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Пикарпаттяобленерго» за 2012 рік. 5. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Пикарпаттяобленерго» за 2013 рік. 6. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Пикарпаттяобленерго» за 2014 рік. 7. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Закарпаттяобленерго» за 2012 рік. 8. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Закарпаттяобленерго» за 2013 рік. 9. Звіт про виробничі та фінансово-економічні показники ПАТ «Закарпаттяобленерго» за 2014 рік. 10. Муніципальний енергетичний план м.Івано-Франківська на 2012-2015 рр./[Кобилюх О.,Карий О.,Мавко П. та ін.] – Івано-Франківськ-Львів, 2011-143 с.

Віблий П.І., Горбова Х.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Одним з пріоритетних напрямів інвестиційної діяльності підприємств (зокрема корпорацій) є вкладення інвестицій у реалізацію інноваційних проектів. Інноваційна активність в економіці України залишається традиційно низькою, інноваційною діяльністю у 2015 р. займалося лише 18,8% обстежених підприємств, а питома вага реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації становила 7,8%. Вищу за середню інноваційну активність демонструють підприємства з виробництва нафто перероблення, хімічної та нафтохімічної промисловості, а також машинобудування.

Показник відносної інноваційної активності корпорацій є вищим, ніж середній по економіці показник. Це говорить про те, що корпоративна форма формування капіталу та загальна організація корпоративного управління є відносно сприятливішою до інновацій (а відтак – і до інноваційних інвестицій), аніж на підприємствах інших секторів. Серед підприємств корпоративного сектору вищу інноваційну активність демонструють відкриті акціонерні товариства [1].

Серед корпорацій найвищу частку інвестування інноваційної діяльності за рахунок власних джерел зафіксовано серед акціонерних товариств закритого типу (79,1%). Це пояснюється небажанням менеджменту закритих акціонерних товариств залучати інвестиції з інших джерел, оскільки це пов’язано із необхідністю розкриття інформації про результати власної діяльності.

Корпорації, які реалізовували інноваційну продукцію за межі України, становить в цілому по економіці 33,6% інноваційно активних підприємств реалізовували інноваційну продукцію за межі України, в той час серед підприємств корпоративного сектору аналогічний показник досяг значення 35,5%. Вказане свідчить про більшу зацікавленість іноземних замовників і покупців у інноваційній продукції саме підприємств корпоративного сектору. Серед підприємств корпоративного сектору найбільшу частку інноваційних підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію за межі України, мали акціонерні товариства відкритого типу (42,6%) [2].

Підприємства такого типу складають приблизно половину від загальної кількості підприємств, що впроваджують нові технологічні процеси. Однак у корпораціях, формується приблизно 75% впроваджених інноваційних видів продукції та нових технологій. З цього випливає, що в середньому на одному інноваційно активному підприємстві корпоративного сектору впроваджується значно більше нових технологічних процесів, ніж в середньому на одному інноваційно активному підприємстві інших секторів.

Корпорації, у період нестабільності, відчули звуження усіх джерел фінансування інвестицій та інновацій, погіршилися фінансові результати економічної діяльності, відбулося скорочення платоспроможного попиту. Зношеність основних засобів у більшості видів економічної діяльності сягає 60%, корпоративні структури використовують фізично і морально застаріле обладнання, через що основна частина обігових фондів спрямовуються не на закупівлю нового обладнання, а на ремонт старого. Отже, як бачимо, значна частка інвестиційних ресурсів корпоративних структур сформовано завдяки коштам амортизаційного фонду, державна інвестиційна політика має бути спрямована на визначення оптимальних параметрів регулювання механізмів нарахування та використання амортизації.

1. Тюха І. В., Кузнєцова В. А. Проблеми інноваційної діяльності в україні та на вітчизняних підприємствах / І. В. Тюха, В. А. Кузнєцова // Ефективна економіка. – 2015. - № 11. 2. Державна служба статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

Вішка І.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА НАСЛІДКИ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В СИСТЕМІ АДМІНІСТРУВАННЯ

Вивчаючи систему адміністрування підприємницьких структурах важливо встановити розбіжності між працівником та працедавцем Важливо акцент в управлінні підприємством ставити на розвитку кадрів та формуванні корпоративної культури, як це роблять розвинуті країни. А забезпечення мінімального розриву інтересів говоритиме про удосконалену систему управління.

По тематиці конфліктних ситуацій в системі адміністрування працювали такі вчені-дослідники, як Редькова О. (управління персоналом в умовах кризи); Алексєєва Н. Ф., Приходько І. С. [2] (удосконалення мотивації трудової діяльності працівників) та багато інших. Вчені розглядають окремо кожну проблему, саме тому ми намагалися згрупувати ці фактори показати їх залежність між собою. А це виявить наскільки ефективно працює система управління персоналом на підприємствах Львівщини та які засоби слід використовувати для уникнення кризових ситуацій.

Стратегія підприємства постійно змінюється, переглядається та вдосконалюється. Це стосується усіх сфер діяльності підприємства: виробничої, господарської, кадрової, маркетингової, логістичної та інших. Основне це те, що такі зміни супроводжуються конфліктними ситуаціями між акціонерами та вищим керівництвом, менеджерами та підзвітними їм працівниками. Такі суб'єкти є стейкхолдерами господарської діяльності. З одного боку стейкхолдери мають права, з іншого зобов'язання. Дуже часто ці права та зобов'язання накладаються викликаючи конфлікт між суб'єктами. Регулятором поведінки обох сторін є Законодавство України та норми, рішення, укази і розпорядження, які до нього входять. Існує безліч факторів, які формують поведінку суб'єктів підприємництва. Проаналізувавши окремі джерела інформації [1 – 3] вважатимемо, що наведені нами в табл.1 фактори, можуть призвести до конфлікту та вплинути на розрив інтересів.

Таблиця 1

Фактори впливу на формування основних розбіжностей між стейкхолдерами

Показник	На кого спрямовано вплив
Рівень заробітної плати.	Впливають на зацікавленість працівників; формують діапазон розриву за участі працівника
Премії, надбавки, дотації.	
Підвищення кваліфікації (навичок).	
Кар'єрне зростання.	
Соціальний пакет послуг.	
Заборгованість по заробітній платі	
Лояльність працівника до установи	
Мотиваційні заходи, їх наявність	
Рівень плинності кадрів	Впливають на стратегію та поведінку підприємства; формують діапазон розриву керований підприємством
Адміністративні витрати	
Коефіцієнт продуктивності праці	
Формування рівня корпоративної культури	
Кількість працівників (їх вік).	
Витрати на навчання (на 1 працівника).	
Рівень освіти працівника (неповна (базова)/вища).	
Розмір премій, надбавок, дотацій, соціального пакету.	
Наявність страйків	
Система мотивацій та заохочень працівника до ефективної співпраці	

**Сформовано автором на основі опрацьованої та проаналізованої інформації [1, 2, 3]*

Проводячи дослідження, було доведено, що ряд факторів наведених у таблиці 1 є каталізаторами, які впливають на заробітну плату. Низька заробітна плата пов'язана із: рівнем витрат

на заробітну плату в частці операційних витрат; розміром ВВП (в нас він у 4 рази нижчий ніж у Європі, а зарплата у 18 раз); низьким рівнем доданої вартості та високою податковою ставкою на ФОП; крім того виробництво товарів і послуг матеріалозатратне, а рівень інфляції зростає.

Роботодавці пов'язують низьку заробітну плату із рівнем продуктивності праці, при цьому забувають, що вона напряму залежить від керівництва та його вміння організовувати виробничий процес на користь усім. В даному випадку проявляється конфлікт інтересів. Роботодавець може належно організувати робочий процес, але не хоче.

Скориставшись простими перетвореннями та обравши кореляційно-регресійний аналіз, можна визначити найбільш вузькі місця проблемної галузі, значущість параметрів та охарактеризувати методи та засоби впливу на неї. Рівняння регресії має вигляд:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \ldots + a_mx_m, \qquad (1)$$

де y – залежна змінна (розрив інтересів у площині заробітної плати);

x_1, x_2, … x_m – незалежні змінні; (коефіцієнт плинності кадрів; витрати на навчання та підвищення кваліфікації; рівень корпоративної культури; адміністративні витрати; наявність страйків та їх кількісне значення; продуктивність праці відповідно);

a_0 , a_1, … a_m – оцінки невідомих параметрів множинної регресії.

Згідно опрацьованих даних маємо результат дослідження, який представлений у таблиці 2.

Таблиця 2

Фрагмент таблиці: Вхідні дані для обрахунку кореляційно-регресійної моделі

Роки	Коефіцієнти моделі						
	y	*x1*	*x2*	*x3*	*x4*	*x5*	*x6*
2011 (І півріччя)	-1,631133	1,01785	0,99564	1	1,012585	1,015681	1,012441
2011 (ІІ півріччя)	-5,379898	0,88596	0,98678	1,02244	1,027916	1,00760	0,999307
…	…	…	…	…	…	…	…
2014 (І півріччя)	-0,198203	0,8461	1,0827	1	1,00233	1,14516	1,301176
2014 (ІІ півріччя)	1,966887	1,1363	1,03503	0,99796	0,960547	0,771830	1,009041
2015 (І півріччя)	-0,633980	1,2	1,04615	0,99885	0,999791	1,664233	1,003584
2015 (ІІ півріччя)	2,999819	0,9833	1,15441	1	0,9987	1,052631	1,007142

* *за даними джерел [4,5] та експерних оцінок*

Запишемо рівняння регресії:

$$y = 89{,}735 - 1{,}59x1 + 16{,}82x2 - 30{,}32x3 - 77{,}51x4 + 1{,}305x5 + 0{,}44x6$$

Вагомими є фактори x6, x5 та x3 з відсотком впливу на залежну змінну *y* – 93,4%, 61,3% та 74,8% відповідно. Тобто, при збільшенні продуктивності, зменшується розрив, прямий зв'язок має вплив кількості проведених страйків та їх негативне сприйняття верхівкою управлінців, що веде до збільшення розриву; проте, підвищення корпоративної культури зменшує розрив інтересів.

Підсумовуючи наше дослідження зазначимо, детальний аналіз шуканих параметрів дав змогу виявити, що саме спричиняє конфлікт та призводить до розриву інтересів. Ми знайшли, які ключові фактори формують залежну змінну, тим самим зможемо оцінити її прогнозоване значення. Метою подальших досліджень буде підбір методів, що здатні кількісно та якісно впливати на незалежні змінні, з метою регулювання залежної змінної *y*.

1. Потишняк О.М. Сучасна стратегія управління персоналом підприємства // Міжнародний науково-виробничий журнал. – Випуск 2. – 2013.– с. 82 – 84. 2. Алексєєва Н. Ф., Приходько І. С. Удосконалення мотивації трудової діяльності працівників машинобудівних підприємств // Менеджмент, маркетинг та управління персоналом. – Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – Випуск 3. - № 74 . –2012. – с. 174 – 178. 3. Шляга О.В., Пархоменко Л.О. Проблеми заробітної плати в Україні та шляхи їх вирішення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/ gazeta/evzdia_6_044.pdf. 4. Статистика зарплат - Work.ua (Україна/Львівська область). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.work.ua/stat/. 5. Головне управління статистики у Львівській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/archive_publ.php? ind_page=archive.

Halynska Y.
Sumy State University, Ukraine

THE IMPACT OF SOCIAL RESPONSIBILITY ON SUSTAINABLE USE OF NATURAL RESOURCES

Analysis of the problem. At the end of the XX century there have been significant structural changes in the energy sector, which led to changes in organizational structures, existing institutional framework and methodology of state regulation not only in energy, but in general in the areas of natural monopolies. This process is influenced by liberalization and globalization of world trade in energy and natural resources in general. The uneven allocation of resources stocks led to the growth of international trade in energy, increased competition in the global (oil) and regional (natural gas, coal) markets and led to corresponding changes in the structural organization and institutional basis of energy markets. This requires, despite efficiency energy at all stages of the energy chain, involvement in economic turnover volume of new resources including human.

Human resources affect the stimulation of economic growth at the level of territorial communities, which requires stable resources. In terms of market resources for economic growth should be diversified. Such resources should be recognized as a material (natural, human), and financial, intellectual and the other. In practice, to stimulate local economic development, a variety of the directions of increased local economic initiatives are applied, including:

- the development of entrepreneurship, creation of new businesses oriented to local sources of raw materials, provide in the needs of the internal market;
- to assist local authorities in attracting investments and their effective use;
- the introduction of innovation in the manufacturing sector, creation of new products;
- development of services;
- introduction and use of various tools and mechanisms to stimulate local economic development (including socio-economic development, clusters, national projects, mechanisms of public-private partnership and so forth)[1].

In addition to economic initiative necessary to implement regional policies to ensure the development of the regions and big cities on the basis of their structural conservation and preservation of the regional characteristics of the natural resource potential.

To achieve this goal it is necessary to develop and implement the concept of development for each region, which should be directed to:

- achieving natural and economic balance in socio-economic development;
- the formation of a regional economic mechanism that meets the basic objectives of sustainable development of the country;
- the consideration of the inherent characteristics of each region, originality of natural resources, geographical, historical, economic, social and other conditions [2].

Implementation of the concept of balanced use of natural resources requires the following steps:

1. the normative-legal regulation of the use of government functions in respect of ownership, management and use of natural resources;
2. the creation and introduction of unified state and regional inventories of natural resources;
3. the introduction to the law of article that would encourage a Thrifty attitude to the creation of incentive mechanisms for the use of renewable energy resources;
4. the separation of powers between the center and the regions concerning the management of natural resources;
5. the fixing at legislative level of mechanisms for the definition and extraction of rental income from the extraction of natural resources;
6. the introduction of the concept of balanced use of natural resources in the regions;
7. the introduction of personal and social responsibility of natural using enterprises and local authorities for the quality of life of the population and ecological and economic consequences after the extraction of natural resources.

In addition, the introduction of a system of environmentally balanced use of natural resources should include:

- optimal environmental natural resources consumption, using the rules of Jn. Hicks where determining of the level of profitability of the company depends on how much people can consume without becoming poorer[3].

- the technical and technological equipment of enterprises in accordance with international norms and standards are required;

- the protection of land from erosion, dehumidification and degradation, reduce the risks of desertification of land through redistribution of rental income in local budgets;

- the creation of an extensive ecological network, covering at least 50% of the territory of Ukraine, which would contribute to the stabilization of the ecological situation, maintenance of ecological balance on the territory of Ukraine, preservation of valuable landscapes and other natural complexes, preventing the loss of Geno-, demo-, price-and of the EcoFund, the expansion of ranges of populations of plants and animals, increasing the chance of survival of small populations, complexes and groups.

Conclusions

The influence of human factor on ecological and economic use of natural resources is indisputable. Sufficient and necessary consumption of natural resources form the concept of sustainable usage of natural goods. The introduction of the concept of sustainable usage of natural resources provides for the coordinated actions in all spheres of public life, corresponding to the reorientation of social, environmental and economic institutions of the state and regions, the introduction of regional governance and involvement of communities in solving problems.

In accordance with political and economic conditions, system of processes management of balanced use of natural resources and environmental conservation, have to form the state system of environmental monitoring, analysis and assessment of monitoring information, modeling and forecasting of environmental, socio-economic and demographic processes.

1. Analytical energy reports 2014-2015 Access at: http://naftogaz-europe.com/research/ua. 2. The law of Ukraine " Concept of transition of Ukraine to sustainable development." Access at: http://www.mns.gov.ua/laws/laws/nuclear/92.htm. 3. Концепция дохода Дж. Хикса и ее использование - Access at: http://econbooks.ru/books/part/17600. 4. Gusev A. Environmental policy of the European Union in the context of the concept of sustainable development/A. Gusev// obozrevatel-observer 4/2012 Access at: http://www.observer.materik.ru/observer/N4_2012/088_100.pdf. 5. The law of Ukraine "Rent payments for oil, natural gas and gas condensate" (N 1456-IV of 05.02.2004), with the end of 2006 – the laws that provided for the adjustment of the tax rules (in particular, law of Ukraine N 398-V dated 30.11.2006, N 309-VI of 03.06.2008).

Гвоздь М.Я., Горін У.З.
Національний університет «Львівська політехніка»

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕЦ

Ефективний розвиток енергетики має великий вплив на економіку та рівень життя населення в державі. Світовий попит на електроенергію щороку збільшується в середньому на 2,2 % та зросте, згідно з прогнозами аналітиків, з 20300 ТВт/год. сьогодні до 33000 ТВт/год. у 2030 році. Запаси органічного палива скорочуються, хоча воно, як і раніше, є основним джерелом енергії, забезпечуючи близько 85 % світової потреби [1].

Теплоелектроцентраль (ТЕЦ) - різновид теплової електростанції, яка робить не тільки електроенергію, але і теплову енергію для споживачів (тобто забезпечує гаряче водопостачання та опалення житлових і промислових об'єктів). Як правило, ТЕЦ повинна працювати за графіком, тобто вироблення електричної енергії залежить від вироблення теплової енергії. За таких умов очевидним є той факт, що основна увага повинна бути зосереджена на техніко-технологічному стані підприємств даної галузі.

Дослідженням проблематики модернізації та інноваційного спрямування розвитку енергетичної галузі України займалися як вітчизняні так і зарубіжні науковці, серед них: Оніпко О.Ф., Поліщук О. В., Микитенко В.В., Сердюк Т.В., Бараннік В.О, Ряузова Т.В. та ін. Проте низка питань даної тематики потребує подальшого розвитку, адже актуальності для України набирає розвиток енергетичної галузі, зокрема ТЕЦ. Дослідження сучасного стану діяльності теплоелектроцентралей показали, що негайної реконструкції та модернізації потребує технічне забезпечення галузі, адже основними проблемами системи теплоенергетичної галузі є:

- технічне забезпечення та рівень зношення основних фондів, не вводиться нове устаткування ТЕЦ і котельні, а старе практично відпрацювало свій технічний ресурс і потребує заміни;
- фінансовий стан підприємств;
- неефективна структура паливного балансу із превалюванням в цьому балансі природного газу;
- низький рівень енергетичної ефективності теплової енергетики (низький ККД установок, які виробляють тепло та значні втрати при транспортуванні теплової енергії);
- неефективне споживання теплової енергії, особливо у житлово- комунальній сфері;
- низький рівень якості послуг з теплопостачання населення;
- високий рівень шкідливого впливу на довкілля [2].

Вивчення практичних рекомендацій фахівців галузі та досвіду функціонування вітчизняних ТЕЦ дали можливість сформувати шляхи виведення підприємств енергетичної галузі з кризового стану:

1. повне оновлення застарілого обладнання і введення новітнього;
2. реінжиніринг бізнес-процесів ТЕЦ;
3. модернізація обладнання до сучасних потреб ТЕЦ.

Повна заміна застарілого обладнання новітнім потребує залучення масштабних капіталовкладень, не лише в технологічний, але й в інтелектуальний напрями, що є фінансово неможливим для вітчизняної галузі.

Більш оптимальними та реальними для нашої держави є другий і третій варіанти, які дадуть можливість підвищити ефективність діяльності галузі.

Важливе значення не лише для виходу із кризи, але й розвитку вітчизняної ТЕЦ має практичне застосування реінжинірингу бізнес-процесів як сучасного високоефективного напряму менеджменту. Реалізація проектів реінжинбірингу на підприємствах теплової електроенергетики дасть можливість ідентифікувати ключові бізнес-процеси, виявити найбільш проблемні бізнес-процеси та забезпечить проект нових або комплексне чи часткове (залежно від поставлених цілей та мети) перепроектування діючих об’єктів теплової енергетики, їх потужностей та систем, що значно підвищить показники ефективності діяльності ТЕЦ.

Значної уваги у прикладному аспекті заслуговує модернізація обладнання до сучасних потреб ТЕЦ. Адже, щорічні втрати енергії становлять більше 11 %, це зумовлено насамперед таким чинником як велике навантаження електромереж, які вже є застарілими, мають нижчу пропускну здатність, ніж темпи приросту споживання електроенергії. Тому насамперед потрібно проводити модернізацію електричних мереж. Одним з пріоритетних завдань Енергетичної стратегії України до 2030 року є модернізація магістральних та розподільних мереж .

Досвід інших країн щодо модернізації електромереж показав, що новітня електрична мережа має поєднувати всі види генерації та будь-які типи споживачів для ситуаційного керування попитом на їх послуги; змінювати в режимі реального часу параметри і топологію мережі за поточними режимними умовами; забезпечувати розширення ринкових можливостей інфраструктури шляхом взаємного надання послуг суб'єктами ринку та інфраструктурою; мінімізувати втрати, розширити системи самодіагностики і самовідновлення при виконанні умов надійності та якості електроенергії [3].

Технологічне переоснащення мереж шляхом модернізації необхідно проводити створенням сучасних систем автоматизованого диспетчерського і технологічного управління. В стратегічному плануванні це можна здійснювати методом побудови мереж на основі концепції Smart Grid, що враховує світові тенденції розвитку мереж на основі застосування сучасного високотехнологічного устаткування та передових технологій керування передачею, розподілом і споживанням електроенергії. Головний принцип, на якому має базуватися Smart Grid, полягає у визнанні споживача рівноправним суб'єктом електроенергетики і максимальному використанні його технічних можливостей для керування режимами електромережі. Таким чином, сукупний ефект від модернізації енергетичних систем в інтелектуальні Smart Grid є технологічним прискорювачем в галузі електроенергетики.

Використання новітніх технологій дозволяє отримати такі переваги: зниження або зсув піку навантаження і вирівнювання графіка навантаження; можливість двостороннього обміну енергією з енергосистемою; автоматичну синхронізацію; обмеження струмів КЗ та забезпечення якості електроенергії; можливість безперебійного електропостачання [4].

Отже, проведені дослідження показали, що сучасний стан діяльності вітчизняних ТЕЦ залишає бажати кращого. На ринку галузі спостерігається дисбаланс між зростаючими потребами споживачів та можливостями ТЕЦ при наявному ресурсному потенціалі. Тому, за таких умов, необхідним є здійснення модернізації та реінжинірингу бізнес-процесів на вітчизняних ТЕЦ для забезпечення їх розвитку в сучасних умовах господарювання.

1.Grid 2030: A national version for electricity's second 100 years. – Office of Electric Transmission and Distribution, United States Department of Energy . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.smartgrids.eu/. 2.Шевцов А.І Стан та перспективи реформування системи теплозабезпечення в Україні/ Шевцов А.І., Бараннік В.О., Земляний М.Г., Ряузова Т.В/ Аналітична доповідь НІСД . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.db.niss.gov.ua/docs/energy/Teplozabezpechennya.pdf 3.Сердюк Т.В. Модернізація електричних мереж як засіб підвищення їх економічності / Сердюк Т.В. Огородник А.С./ Модернізація електричних мереж як засіб підвищення їх економічності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sn-econmanag.crimea.edu/arhiv/2012/uch_25_1econ/pdf4.С.П. Денисюк Технологічні орієнтири реалізації концепції Smart Grid в електроенергетичних системах/ Техн. електродинаміка. – 2014 5.Дмитренко Е. Д. Проблеми підвищення енергоефективності та енергозбереження України / Е. Д. Дмитренко, О. М. Кириленко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2014. 6. «Енергетична стратегія України на період до 2030 року» – [Режим доступу]:http://zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc.

Карий О.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

МОТИВИ ДОБРОВОЛЬЦІВ ДО УЧАСТІ В ПРОЕКТАХ КРАУДСОРСИНГУ

Краудсорсинг стає все популярнішим методом вирішення економічних та соціальних проблем держави, громад та окремих організацій. Проте залишаються слабо вивченими мотиви людей, які добровільно витрачають свій час та інші ресурси на вирішення чужих, часто бізнесових, проблем.

Краудсорсинг (від англ. crowd – "натовп" і sourcing – "використанням ресурсів") – це передача деяких виробничих функцій невизначеному колу осіб, вирішення суспільно значимих завдань силами добровольців, як правило за допомогою сучасних інформаційних технологій [1].

Українці готові до активної громадської діяльності [2]. Більше половини мешканців нашої держави готові на безоплатній основі займатися прибиранням та впорядкуванням території за місцем проживання (59,9%), допомагати нужденним сиротам й інвалідам (56,5%) та приймати участь в озелененні свого населеного пункту (54,2%).

Розуміння мотивів добровольців є важливим чинником залучення та утримання підтримки до краудсорсингового проекту з боку організації. Організації можуть використовувати знання про мотиви добровольців для залучення потенційних волонтерів, спонсорів шляхом поширення повідомлень, які якнайкраще відповідають потребам цих людей. Крім того, розуміння мотивів добровольців дає можливість краще організувати їх роботу і, відповідно, рівень їх задоволення від участі в проекті [3, с.68].

Аналіз праць дослідників добровільної безоплатної роботи [3, 4, 5, 6, 7, 8, 9] дозволяє виділити економічні мотиви (промоція власних можливостей; покращення ресурсу, яким вони також користаються; збагачення; особисті наукові інтереси; отримання досвіду роботи), альтруїстичні мотиви (задоволення, психічне збудження від допомоги іншим; значимість проблеми для суспільства та усвідомлення необхідності внеску добровольців), мотиви саморозвитку (освіта, самореалізація, внесок у дослідження, зміна діяльності) та соціальні мотиви (причетність до частини спільноти, співпраця з престижними організаціями, спілкування).

Таким чином, огляд літератури показує, що використання краудсорсингу не може базуватися лише на альтруїстичних мотивах добровольців, а повинно базуватися на багатосторонньому мотивуванні. Підбір найдієвіших стимулів для заохочення участі в краудсорсингових проектах в Україні є актуальним напрямом подальших досліджень.

1. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2012. 2. Зелена книга Української благодійності 2014. [Електронний ресурс]. / Упорядкувала: К. Соболева-Зоркіна. Асоціація Благодійників України та Громадський простір. – К.: 2015. – 46 с. – Режим доступу: http://vboabu.org.ua/greenpaper. 3. Бєспалова К.О. Мотиваційні аспекти волонтерства: досвід західних країн / Бєспалова К.О. // Вісник НТУУ "КПІ". Політологія, Соціологія. Право. – 2012. – Випуск 2(14). – С.67-71. 4. Miller L.E. Understanding the motivations of volunteers: An examination of personality differences and characteristics of volunteers' paid employment / Miller L.E. // Journal of Voluntary Action Research. – 1985. – #14. – С.112-122. 5. Clary E. G. Volunteers' motivations: Findings from a national survey / Clary E. G., Snyder M., Stukas A. A. // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. – 1996. – #25. – С. 485-505. 7. Вайнілович Н.А. Чинники формування мотивації людини до здійснення волонтерської діяльності / Вайнілович Н.А. // Вісник НТУУ "КПІ". Політологія, Соціологія. Право. – 2012. – Випуск 12. – С. 53-59. 8. Зливков В. Л. Психологічні особливості волонтерської діяльності у сучасній Україні: мотиваційний аспект / В. Л. Зливков, С. О. Лукомська // Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки. – 2015. – № 2 (15). – С.40-46. 9. Zhuzha L. Moral aspects of volunteer movement in support of ATO / Liliia Zhuzha // European political and law discourse. – 2015. Volume 2 Issue 2. – P.210-215.

Косар Н.С.[1], Гайдук А.Б.[2], Пилипенко В.М.[1]
[1]Національний університет «Львівська політехніка»
[2]Хайльброннський університет (ФРН)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИКІВ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧОГО ОБЛАДНАННЯ В УКРАЇНІ

Впродовж усього періоду незалежності України актуальною залишається проблема підвищення ефективності житлово-комунального господарства України, в яке з державного бюджету надходять значні кошти. Проте суттєвого покращення якості наданих послуг не спостерігається. Значне зростання тарифів на житлово-комунальні послуги, посилення необхідності скорочення обсягів споживання енергоресурсів, які у значній кількості поглинає вітчизняний житловий сектор (близько 45% спожитого газу у країні [1]), стали передумовами активізації державної політики у напрямку енергозбереження. Дана практика апробована багатьма країнами Центральної Європи ще на початку 90-их, в результаті чого вже сьогодні енергоефективність їх житлового комплексу у 3-4 рази перевищує аналогічний показник в Україні [1].

На сьогодні 80 % житлового фонду України потребує повної термомодернізації, на що необхідні асигнування у розмірі 800 млрд. грн. [2]. На даний час держава самостійно не в змозі їх забезпечити. Окрім того, модернізації потребує управлінська система житлових господарств. Виходячи з цього, в Україні було прийнято Національні плани дій з енергоефективності та відновлювальної енергетики до 2020 року, ухвалено закон, що дозволяє жителям самостійно приймати рішення стосовно створення комфортних умов проживання, у тому числі які стосуються запровадження енергозберігаючих технологій.

У напрямі вирішення вищеподаної проблеми була запроваджена загальнодержавна програма «утеплення» житлового комплексу, що поширюється на індивідуальні і багатоквартирні сектори (об’єднання співвласників багатоквартирних будинків - ОСББ та житлово-будівельні кооперативи - ЖБК). Енергозберігаюча санація житлових будівель передбачає їх комплексну термомодернізацію, що в результаті дозволить досягнути не тільки поліпшення умов проживання, але і значної економії у споживанні енергоресурсів.

За період 2014-2015 рр. введено 1,2 ГВт нових теплових потужностей, що функціонують на альтернативних видах палива. У 2015 р. за рахунок використання «зеленого» тарифу на електроенергію кількість сонячних панелей збільшилась у 11 разів. Загалом, за попередніми обрахунками експертів, успішна реалізація даної програми дозволить досягнути економії споживання газу у розмірі 11,5 млрд. куб.м. щорічно [3]. Мешканці житлових будинків досягають зменшення плати за житлово-комунальні послуги (навіть у випадку подальшого зростання тарифів, це досягається за рахунок значної економії використовуваних енергоресурсів).

Підтримкою для цієї програми стала програма Європейського банку реконструкції та розвитку UKEEP, завдяки успішній реалізації якої, за посередництва партнерських банків, у різні сектори економіки було направлено близько 160 млн. дол. для реалізації 80 проектів по покращенню енергоефективності та енергозбереженні [4].

Держава загалом досягає оптимізації та ефективного використання енергетичних ресурсів: послаблюється залежність від зовнішнього постачання газу, зростає частка відновлювальних джерел енергії та альтернативних видів палива у сукупному енергетичному балансі країни.

Банки, що мають надлишкову ліквідність, відкривають для себе новий фінансовий ринок житлово-комунальних послуг, на якому налагоджують співпрацю фактично з двома суб’єктами - ОСББ та ЖКБ. Загалом, за даними Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України, за 2015 р., у рамках «енергозберігаючої програми» банками було надано кредитів на суму 1,3 млрд. грн., з яких близько 1 млрд. грн. було спрямовано на закупівлю енергозберігаючого обладнання та матеріалів, а решта коштів – на придбання твердопаливних котлів [5].

Для реалізації програми енергозберігаючої санації житлового комплексу України доцільно виокремити ще один ключовий суб’єкт, що безпосередньо задіяний – постачальники енергозберігаючого обладнання та матеріалів, яких умовно можна розділити на виробників та торгові

організації, що пропонують здебільшого обладнання іноземних виробників на українському ринку. У даному випадку, потужніші позиції займають наразі саме торгові організації, за рахунок прямого лобіювання їх інтересів зі сторони уряду України.

Для прикладу при розробці схеми кредитування Міжнародним фінансовим органом «МФО» програми по фінансуванню різних напрямків модернізації підприємств ЖКГ ще у 2014 р., у якій передбачена заміна старого обладнання на нове, розглядалася пропозиція лише імпортного обладнання, розміщення замовлення виключно за кордоном [6]. Натомість, можливість застосування енергозберігаючого обладнання українського виробництва (індивідуальні теплові пункти, котли, регулятори, теплолічильники тощо) у даному випадку навіть не розглядалася. Крім того, в Україні прийнята постанова про зняття ввізного мита з енергозберігаючої продукції ще з 2008 р. [7], що теж захищає комерційні інтереси іноземних виробників.

Таким чином, українські виробники, при появі потенційних можливостей виходу на новий ринок житлово-комунальних господарств, не лише не отримують необхідної підтримки, але і стикаються зі створеними державою бар'єрами.

Логічним вирішенням даної проблеми за сучасних умов є консолідація зусиль у напрямку розвитку політики протекціонізму. При розробці програм фінансування термомодернізації житлових будівель, а відтак, і при формуванні регульованої процедури закупівлі енергозберігаючого обладнання, потрібно хоча би контрольну частину одержуваних кредитів направляти на розміщення замовлень на вітчизняних підприємствах, що спеціалізуються на виробництві енергозберігаючого обладнання. Це не тільки дозволить створювати нові робочі місця, але і стане поштовхом для розвитку вітчизняних енергозберігаючих технологій, освоєння виробництва нових видів продукції, що матиме здатність конкурувати не лише на українському, але і на міжнародному ринках.

1. Садовий А. Українці освоюють енергоощадні кредити / А. Садовий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://socportal.info/2016/02/19/ukrayintsi-osvoyuyut-energooshhadni-krediti.html. 2. Віконний ринок в рамках державної програми з енергоефективності. Цифри, аналітика, думка експертів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wt.com.ua/ biblioteka/ stati/ 495-vikonnij-rinok-v-ramkakh-derzhavnoji-programi-z-energoefektivnosti-tsifri-analitika-dumka-ekspertiv. html. 3. Голова Держенергоефективності взяв участь у дискусії з питань енергетичної політики, організованій проектом INOGATE [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://saee.gov.ua/uk/news/1064. 4. Фінансування енергоефективності в житловому секторі: новий «блакитний океан» для банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cci.dp.ua/tl_files/ data/ content/GreenChamber/materials/ Financing% 20energy%20efficiency%20guide.pdf. 5. Корольчук Ю. Як держбанки заробляють на енергоефективності / Ю. Корольчук // "Forbes" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://forbes.net.ua/ua/nation/1409271-yak-derzhbanki-zaroblyayut-na-energo efektivno sti. 6. Покрас С. Встановлення вітчизняних теплолічильників на житлові будинки - ключовий фактор швидкого зростання економіки України / С. Покрас [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unian.ua/common/1010858-vstanovlennya-vitchiznyanih-teplolichilnikiv-na-jitlovi-budinki-klyuchoviy-faktor-shvidkogo-zrostannya-ekonomiki-ukrajini.html. 7. Який порядок оподаткування ПДВ операцій з постачання устаткування, яке працює на відновлюваних джерелах енергії, а також матеріалів для його виробництва? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/tijden-tematichnih-konsultatsiy/tijden-tematichnih-konsultatsiy-pal-energ/informatsiyno-rozyasnyuvalni-materia/pitannya-vidpovidi-/print 71658. html.

Купрієнко Д. А.
Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПРИКОРДОННОЇ БЕЗПЕКИ НА ШЛЯХАХ МІЖНАРОДНОГО СПОЛУЧЕННЯ УКРАЇНИ

Мета доповіді – провести аналіз стану та визначити фактори розвитку системи прикордонної безпеки (СПБ) на шляхах міжнародного сполучення України.

Створення достатнього рівня транспарентності кордону між державами, у яких налагоджені добросусідські відношення, є взаємовигідним напрямом діяльності, адже це сприяє зростанню їх соціально-економічного благополуччя за рахунок інтенсивних вантажотранспортних та пасажирських потоків і розвитку пов'язаних із цим інших сфер національних інтересів [1; 2].

В контексті забезпечення ПБ важливо підкреслити, що цей підхід відповідає європейському концепту – «відкриті, але добре контрольовані та захищені кордони», що реалізується шляхом ефективного регулювання їх транспарентності на засадах інтегрованого/ комплексного/ узгодженого/ спільного управління кордонами, а також управління на підґрунті співробітництва.

Синергія від підвищення рівня транспарентності формується шляхом балансування інтересів усіх зацікавлених сторін (особи, суспільства, суб'єктів міждержавних та зовнішньоекономічних відносин) на прикордонному, національному та міжнародному рівнях. При цьому гіпотетично прогнозованими та емпірично отримуваними факторами (а вони можуть мати пряму чи побічну взаємозалежність) позитивного впливу на суспільне благополуччя виявляються: зміцнення інтеграції транспортного сектору країни з міжнародними торгівельними і транспортними мережами, активізація участі України в міжнародних економічних і фінансових організаціях, зростання її експортного потенціалу, підвищення її інвестиційної привабливості та іміджу (брендингу), збільшення прибутку від сплати митних платежів (мита, акцизного податку та податку на додану вартість), оптимізація процедур міжнародної торгівлі і логістики, захист внутрішнього ринку від недоброякісного імпорту (поставок продукції, яка може завдавати шкоди національним виробникам, здоров'ю людей та навколишньому природному середовищу), розвиток прикордонних територій, туристичного та курортно-рекреаційного комплексу, культурних зв'язків, покращення умов для реалізації прав і свобод людей, комфортного (забезпечення якості і доступності) надання/отримання державних (правоохоронних) послуг, зниження адміністративних бар'єрів, зростання ступеня довіри громадян до влади, взаємовигідного співробітництва сектору державної економіки та бізнесу на національному та міжнародному рівнях тощо. Крім того, при запровадженні такого підходу можуть бути мінімізовані такі критичні проблеми системи забезпечення ПБ, серед яких структурна надмірність, функціональна недостатність, низька ефективність, закритість, дисбаланс між силовими структурами, корупція, низький рівень професіоналізму та виконавської дисципліни, пристосування завдань забезпечення ПБ до потреб обслуговування правлячої верхівки та її збагачення [3].

Так, за оцінками експертів Україна має найвищий транзитний потенціал у Європі [4]. Зокрема, станом на 2014 р. за індексом логістичної ефективності (Logistics Performance Index), який був розрахований Світовим банком, вона посіла 61 місце у рейтингу міжнародного ринку транспортних послуг, що стало кращим показником у рейтингу усіх країн СНД. Загалом технологічні потужності національної транспортної інфраструктури дозволяють щорічно перевозити залізницями, внутрішнім водним та автомобільним транспортом і переробляти в портах понад 110 млн т транзитних вантажів. Перш за все, такий результат обумовлено вигідним транспортно-географічним положенням України, адже через її територію проходять чотири з дев'яти МТК та їх відгалужень [5]. Крім того, пропонується включити у якості доповнення до мережі МТК ще шість позицій з переліку транспортних коридорів України [5]. Створення транспортних коридорів і входження їх до міжнародної транспортної системи визнано пріоритетним загальнодержавним напрямом розвитку транспортно-дорожнього комплексу [6].

Встановлено, що за умови оптимізації транспортної системи України можна отримати значний економічний ефект – зростання валового прибутку на 6,8% [7]. Однак, фактичний транспортний потік через державний кордон (ДК) України в 1,5…3 рази перевищує проектні можливості пунктів

пропуску через державний кордон (ППр), а її наявний транзитний потенціал (без трубопроводів) використовується менше ніж на 40 % (особливо на кордоні з Польщею, Словаччиною та Угорщиною). Внаслідок цього зростає тривалість очікування контрольних процедур, збільшується загальний час на оформлення осіб, транспортних засобів і вантажів, зростає ступінь невдоволеності учасників транснаціонального і транскордонного руху, напруженості у ППр тощо, і через це Україна зазнає щорічних втрат. Тобто на сьогодні транспортний сектор України у цілому задовольняє тільки базові потреби економіки та населення у перевезеннях, а показники щодо їх швидкості, якості і ефективності поки що не відповідають сучасним вимогам [8]. Результати аналізу ситуації Урядом країни, які висвітлені в документі [8] свідчать, що такий стан справ обумовлений низкою причин внутрішнього і зовнішнього характеру, а одним із головних системних чинників втрати Україною транзиту є відсутність належного сервісу й уваги до потреб клієнтів з боку державних контролюючих органів та служб. Тому успіх у відновленні транзитного потенціалу України залежатиме головним чином від потужності зусиль, здійснюваних Урядом України та всіма учасниками перевізного процесу для досягнення цієї мети. Слід підкреслити важливу роль у цьому процесів органів виконавчої влади як державних регуляторів транскордонної (міжнародної) діяльності. Крім того, прослідковується стійка тенденція щодо збільшення обсягів та інтенсивності пасажирського (на 5%) і транспортного (на 7%) руху щорічно [9], що особливо актуально в умовах імплементації «глибокої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі» згідно Угоди про асоціацію між Україною, з одного боку, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з другого боку (2014 р).

Таким чином, з аналізу функціонування СПБ на шляхах міжнародного сполучення можна зробити узагальнений висновок про те, що в Україні об’єктивно існує, і з плином часом тільки збільшує своє значення, проблема недостатнього державного регулювання транспарентності ДК. Зокрема, на сьогодні існуюча система пропуску через ДК України, структура і склад контролюючих органів не повною мірою відповідають існуючим і прогнозованим загрозам і ризикам національній безпеці України в прикордонній сфері, життєво важливим інтересам особистості, суспільства і держави, економічним можливостям країни, міжнародним нормам і стандартам, характеру міждержавних відносин [9].

Такий висновок є підґрунтям для пошуку можливих рішень щодо зазначеної проблематики.

1. Сапронов, О. В. Вплив міжнародних транспортних коридорів на рівень національної безпеки України [Електронний ресурс] / О.В. Сапронов. – Режим доступу: http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/zmist.htm. 2. Купрієнко, Д. А. Обґрунтування графічних моделей та формальних залежностей транспарентності державного кордону (на прикладі вантажотранспортних потоків) / Д. А. Купрієнко // Зб. наук. пр. Нац. акад. Держ. прикордон. служби України ім. Б. Хмельницького. Серія : військові та технічні науки : наукове видання / [гол. ред. Олексієнко Б. М.]. – Хмельницький: Вид-во НАДПСУ, 2015. – № 1 (63). – С. 54-68. 3. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання : аналіт. доп. / Я. А. Жаліло, К. А. Кононенко, В. М. Яблонський [та ін.]; за заг. ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2014. – С. 44. 4. Шеремет М. Я. Україна в системі міжнародних транспортних коридорів / М. Я. Шеремет // Регіональна економіка. – 2008. - №1. - С.219-225. 5. Постанова Кабінету Міністрів України від 16 грудня 1996 р. № 1512 "Про першочергові заходи щодо створення національної мережі міжнародних транспортних коридорів". – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1512-96-%D0%BF. 6. Прейгер Д. К. Стратегічні напрями розвитку транспортної галузі України у післякризовий період : аналіт. доп. / Д. К. Прейгер, О. В. Собкевич, О. Ю. Ємельянова; за заг. ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2012. – 112 с. 7. Захарова О.В. Потенціал розвитку світової транспортної системи: [монографія] / О. В. Захарова. – Маріуполь: МДУ, 2012. – 234 с. 8. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». – К. : НІСД, 2015. – С. 312, 319. 9. Теорія і практика організації та здійснення прикордонного контролю в контексті забезпечення національної безпеки України в прикордонній сфері : Монографія. / В. О. Назаренко, В.М. Серватюк, О.М. Ставицький. – Хмельницький: Видавництво НАДПСУ, 2013. – С. 7, 11-12, 46.

Лісовська Л.С., Злотнік М.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ В УКРАЇНСЬКОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

В останній час світ бурхливо переживає черговий бум – зсунення акцентів з комунікаційної і інформаційно-пошукової функції глобальної комп'ютерної мережі Інтернет на ведення з її допомогою сучасного бізнесу. Будь-яка ділова активність, що використовує можливості глобальної інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації з метою створення прибутку охоплюється поняттям електронний бізнес та електронна комерція. Стан та розвиток електронної комерції значною мірою визначають темпи наближення країни до побудови інформаційного суспільства, створює підґрунтя для прискорення інтеграції її економіки у світову. Тому проблема розвитку електронної комерції в Україні є безумовно актуальною. [1, с.5]

Термін «електронна комерція» з'явився в результаті реалізації комерційних проектів у глобальній комп'ютерній мережі Internet, в даний час він охоплює досить велику сукупність елементів, основні з яких це: електронні аукціони; електронні біржі; електронний обмін інформацією (Electronis Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо.

Електронна комерція здійснюється у таких видах:

– Бізнес-до-бізнесу (B2B) — це електронна комерція між компаніями. Приблизно 80% електронної комерції належать до цього типу. На сайті моделі B2B можна розміщувати комерційні пропозиції компанії, отримувати відомості від своїх партнерів, постачальників, формувати рахунки для оплати товарів і послуг або навіть укладати контракти.

– Бізнес-до-споживача (B2C) - торгівля між компаніями й споживачами, включає збирання інформації клієнтами; купівлю фізичних речей чи інформаційних/електронних товарів.

– Споживач-до-споживача (C2C) — торгівля між приватними індивідуумами або споживачами. Цей тип електронної комерції характеризований ростом електронних ринків і мережних аукціонів, має найбільший потенціал для того, щоб розвивати нові ринки.

– Держава-до-бізнесу (G2B) - взаємодія державних структур з бізнесовими компаніями; використання Internet для суспільного придбання, ліцензуючи процедури, і інші пов'язані з урядом операції.

– Держава-до-споживача (G2C) - взаємодія державних структур з громадянами країни;

– Мобільна торгівля (m-commerce)— закупівля й продаж товарів і послуг через бездротову технологію, тобто, кишенькові пристрої. [2, с.34]

Найбільш прогресивні організації використовують Інтернет для підвищення ефективності усіх аспектів свого бізнесу. На цьому рівні Інтернет стає глобальним діловим середовищем, що об'єднує працівників підприємства, його клієнтів, партнерів, постачальників, виробників та учасників мережі продаж. Така модель використання Інтернету розширює поняття електронної комерції, і тому її називають більш загальним терміном «електронний бізнес» .

Електронна комерція має свої переваги як для споживачів, так і для виробників, держави та суспільтва, основні з них:

– оперативність отримання інформації, особливо при міжнародних операціях;

– зниження невиробничих витрат (торгових витрат, витрат на рекламу, витрат пов'язаних з сервісним обслуговуванням та інформаційною підтримкою споживачів);

– більша відкритість компаній до споживачів;

– зменшення чисельності персоналу та фонду оплати праці;

– надання нових видів послуг та освоєння нових сегментів ринку, глобальний доступ до світових ринків, рівність умов доступу до ринку як для великих корпорацій, так і для невеликих підприємств;

– можливість роботи в режимі цілодобового доступу та інтерактивного спілкування із споживачем;

– пільгові умови оподаткування та сплати митних платежів;

– поліпшення бізнес-контактів (е-комерція – B2B), можливість співпраці із партнерами незалежно від географічних кордонів. [3, с.13]

З іншого ж боку, електронна комерція має і негативні аспекти:

– споживачі не мають змоги в повній мірі пересвідчитись у якості товару чи послуги до моменту отримання його;

– посилення конкурентної боротьби, її перехід на глобальний рівень;

– внаслідок відкритості інформації зростає ймовірність порушення прав інтелектуальної власності, плагіату, фінансових шахрайств, тому постає проблема інформаційної безпеки;

– невизначеність та складність організації бухгалтерського обліку, внутрішнього контролю, що за умов необізнаності працівників може ускладнити прийняття управлінських рішень;

– нерівномірність розвитку е-комерції у різних регіонах, галузях та ланках виробництва;

– негативні уявлення щодо надійності та безпечності електронного ринку; складність розуміння і використання технологій електронної комерції; страх перед поразкою у бізнесі.

Щодо перспектив розвитку електронної комерції, слід зауважити такі основні тенденції: електронна комерція стає все більш мобільною – споживачі мають доступ до мережі у будь-який час та у будь-якому місці за допомогою спеціальних додатків на смартфонах та планшетах; кредитні картки - не єдиний спосіб платити за онлайн покупки – набирає популярності і післяоплата, що сприяє підвищенню довіри до покупок через Інтернет; електронна комерція «стирає кордони» - все більше операцій здійснюється на міжнародному рівні, іноземний ринок стає доступним і глобальним.

Протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показує щорічне зростання на рівні 50%-60% незалежно від економічних коливань. Слід врахувати, що за даними експертів понад 50% електронних угод припадає саме на малі та середні підприємства. При цьому ринок володіє серйозним потенціалом. Наприклад, в Німеччині ємкість ринку електронної комерції становить близько $36 млрд. В Україні аналогічний показник становить не більше $400-$500 млн.[4, с.151]. В 2015 році був прийнятий Закон «Про електронну комерцію», який визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем та визначає права і обов’язки учасників відносин у сфері електронної комерції, проте він ще потребує доопрацювання та деталізації.

В Україні для ведення електронного бізнесу актуально вирішення наступних питань: узгодження правових норм, що перешкоджають укладенню угод в електронному вигляді; формування економічного і політичного сприяння електронній комерції для усунення перешкод здійснення електронних операцій, недопущення будь-яких форм дискримінації, надання учасникам рівних прав на судовий захист; надання підприємцям знання про можливості Інтернет-комерції та переваги для бізнесу при їх впровадженні; спрощення податкової звітності для підприємств ринку електронної комерції; усунення перешкод для торгівлі з країнами ЄС та спрощення процедур; фінансування наукових досліджень; цифрового підпису; платіжних систем для ведення розрахунків в Інтернет; права інтелектуальної власності забезпечення конфіденційності, автентифікації; функціонування підрозділів по боротьбі з кіберзлочинами.

Отже, вигоди від розвитку електронної комерції є значно суттєвішими, ніж її недоліки, а тому виробники, ділові контрагенти, споживачі та суспільство в цілому зможе перейти на вищий щабель розвитку завдяки сучасним технологіям, а потенційні ризики можна зменшити шляхом впровадження надійних засобів електронної безпеки транзакцій, врегулювання на державному рівні проблем нормативно-правового регулювання цієї сфери тощо. До того є суб’єктам підприємницької діяльності не обов’язково, а іноді і зовсім неможливо, переносити повністю свій бізнес у мережу, в таких випадках буде ефективним поєднати дві моделі організації бізнесу «он-лайн» та «оф-лайн». Таким чином, електронний бізнес сьогодні є найкращою системою комунікацій, яка дає можливість установити та підтримувати постійний зв'язок з будь-яким споживачем у світі.

1. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с. 2. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів /Царьов Р.Ю. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с. 3. Економіка та організація інформаційного бізнесу: Навч. посібник./Лазарева С. Ф. — К.: КНЕУ, 2002. – 667 с. 4. Електронна комерція : навч. посібник / О. І. Шалева – К. : Центр учбової літератури , 2011. – 216 с.

Мельник О.Г.
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ЕФЕКТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ[6]

В сфері фінансування інноваційної діяльності України сформувався ряд сталих тенденцій, які відображають деякі структурні зрушення в промисловості. Базовою тенденцією є переважаючий обсяг власних коштів в структурі джерел фінансування, що свідчить про формування фактично одно факторної моделі механізму фінансування інноваційної діяльності. При цьому, синхронна різноспрямована динаміка всіх джерел фінансування свідчить про те, що і інвестиції, і кредити не використовуються як окремі фінансові механізми розвитку, а залучаються виключно для покриття дефіциту фінансових ресурсів для фінансування інновацій. Це підтверджується синхронним зростанням частки власних коштів (97,3%) і падінням всіх інших джерел менше 1% в структурі джерел фінансування інноваційної діяльності в 2015 році.

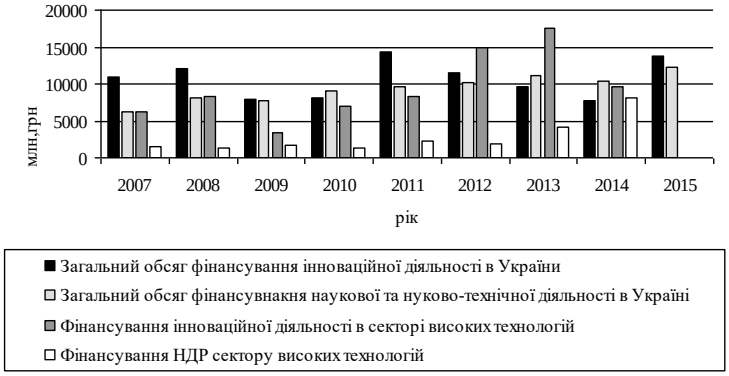


Рис.1. Фінансування інноваційної діяльності в промисловості України

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – «Наукова та інноваційна діяльність в Україні» за 2007-2015рр. – Режим доступу:<http//www.ukrstat.gov.ua>

Наявна тенденція до змін структури промисловості в сфері інноваційної діяльності на секторальному рівні. Якщо окремо розглядати галузі промисловості України, які, відповідно до Наказу Міністерства промислової політики №80 від - 08.02.2008. «Про затвердження методики ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств», можуть бути віднесені до високотехнологічного сектору, то в 2012-2014 році обсяг фінансування інноваційної діяльності у високотехнологічному секторі перевищує аналогічний показник в промисловості на 29,4% (2012р.), 84,5% (2013р.) і 24,5%(2014р.). Розвиток даної тенденції не є парадоксальним явищем, оскільки, сектор високих технологій включає підприємства галузі ІКТ, а також науково-дослідний непромисловий сектор. Відповідно, наявним є збільшення частки непромислового сегменту високотехнологічного сектору. У фактичних обсягах дана тенденція визначається збільшенням фінансування інноваційної діяльності відповідно на 3370 млн грн (в 2012р.), 8060,3 млн грн (в 2013р.) і 1885,4 млн грн (в 2014 р.).

Вперше в період 2007-2015рр., змінилась структура фінансування інноваційної діяльності у високотехнологічному секторі, де в 2014році досягнуто практично паритету фінансування промислових напрямків фінансування інноваційної діяльності і НДР (100%/83,8%). При цьому, фактичний обсяг перерозподілених фінансових ресурсів з промислових напрямків інноваційної діяльності у НДР склав у 2014 році 4193 млн грн. В умовах діючої нормативної податкової бази,

[6] – дослідження здійснено в ході виконання науково-дослідної роботи №: 3.1.7.99 за темою «Засади розвитку інноваційної системи України в європейському науково-технологічному просторі», Державний реєстраційний номер роботи 0115U001424

такий масштабний перерозподіл фінансових ресурсів свідчить про фактичну можливу реструктуризацію фінансових механізмів індустріальної економічної моделі. В даному випадку, така реструктуризація має всі підстави характеризуватися об'єктивними чинниками, що свідчить про факторну роль інституційного розширення на систему фінансових механізмів інноваційної діяльності в промисловості.

Будь-яка реструктуризація в умовах функціонування одно факторного механізму фінансування перерозподілятиме як фінансові ресурси, так і прибутковість фінансування виключно в державному секторі промисловості. Саме внаслідок фактично відсутності багатофакторного механізму фінансування, приватизація державних підприємств промисловості не призводить до підвищення ефективності фінансування інноваційної діяльності.

Разом з тим, значний обсяг перерозподілу фінансування інноваційної діяльності на користь ННТД є прецедентом для України з точки зору залучення структурних фондів ЄС для фінансування інноваційних проектів і досліджень, що безперечно змінить структуру джерел фінансування, механізму і систему фінансування інноваційної діяльності. Разом з тим, реструктуризація фінансового механізму внаслідок системного залучення коштів Світового банку, ЄБРР, UIB, KfW а також коштів «Horizon 2020», в умовах фактичної автономності промислових інновацій та ННДТ в Україні, підсилюватиме цей «системний структурно-функціональний розрив», а фінансові ресурси спрямовуватимуться виключно на промислові напрямки інноваційної діяльності, виключаючи ННТД і створення нових технологій. Розширення системи фінансових механізмів і перерозподіл фінансових ресурсів в сегмент промислових інновацій неодмінно призведе до розширення системи інститутів фінансування та інтеграції наукового і промислового сектору. Це в свою чергу, активізує процеси реструктуризації промисловості і незворотну стагнацію галузей, де інноваційна діяльність не пов'язана із ННТД наукових організацій та університетів.

Висновки.

Розподіл фінансування промислових напрямків інноваційної діяльності, НДР і ННДР відбувається автономно. Це свідчить про те, що інновації в промисловості не є джерелом фінансування ННТД, а також, про значну диференціацію відсутність взаємозв'язку інноваційної та наукової діяльності. Таке становище в принципово унеможливлює формування ресурсів для розвитку інститутів інноваційного розвитку і допускає функціонування виключно одно факторної моделі механізму самофінансування для інноваційної діяльності і бюджетного фінансування ННТД. Відсутність інститутів інноваційного розвитку робить неефективним залучення корпоративних та інституційних інвестицій для фінансування інноваційних проектів і ННТД.

Синхронне збільшення фінансування сектору високих технологій і зміна структури джерел фінансування інноваційної діяльності обумовлено інтеграцією суспільного сектору ННТР і непромислового сектору економіки в інноваційну діяльність в промисловості. Інтеграція суспільних секторів у інноваційну діяльність в промисловості виступає первинним фактором зміни структури фінансування інноваційної діяльності в промисловості, для якої збільшення обсягів фінансування за напрямками інноваційної діяльності в промисловості несуть похідні ефекти прибутковості фінансування.

Розвиток тенденції зміни структури фінансування інноваційної діяльності у високотехнологічному секторі України і реструктуризація фінансування інноваційної діяльності в промисловості на користь ННТД супроводжуватиметься скороченням виробництва і стагнацією в тих галузях, де впровадження інновації в технологічні і виробничі процеси не пов'язані із науково-технічною діяльністю наукових організацій України.

Мірошник Р.О., Савка Г.П.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасні умови розвитку світового господарства характеризуються стрімким зростанням впливу науки та техніки, впровадженням нових технологій, що докорінно змінюють структуру глобальної економіки. Нездатність країни провести кардинальну перебудову економіки призводить до економічної деградації, втраті конкурентоспроможності, зменшенню ваги у світових економічних процесах.

Формування народного господарства України на інноваційних засадах потребує значних ресурсів. Крім того, повинна бути розроблена спеціальна інноваційна політика, що полягає в дієвому державному стимулюванні прогресивної структурної перебудови економіки та реформуванні сфер освіти, науки, інноваційної діяльності на основі наявного науково-технічного потенціалу та з урахуванням світових тенденцій науково-технологічного розвитку.

Основними завданнями, що сприятимуть інноваційному розвитку економіки України, є [1, с. 120]:

– структурна перебудова національної економіки;
– створення адаптивної інфраструктури інноваційної діяльності;
– цілеспрямована підготовка кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності;
– створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;
– широке застосування в усіх галузях економіки і сферах суспільного життя інформаційно-комунікаційних технологій;
– удосконалення системи державної підтримки та регулювання інноваційної діяльності;
– підвищення інноваційної культури суспільства.

Найважливішими напрямками формування й розвитку національного ринку інноваційних продуктів є [2]:

– сприяння регіоналізації інноваційної політики, що, своєю чергою, сприятиме трансферу технологій та інноваційних продуктів, формуванню регіональних інноваційних стратегій, створенню технопарків, бізнес- інкубаторів, а також інноваційних структур іншого типу;
– створення умов формування науково-промислових кластерів;
– сприяння поетапному створенню національної мережі комерціалізації інноваційних продуктів і трансферу технологій.

Потребує уваги і розгортання інфраструктури захисту прав інтелектуальної власності, до якої мають увійти не лише органи, що видають відповідні захисні документи, а й патентні бібліотеки і загальнодоступні бази даних, які дали б змогу вітчизняним авторам здійснювати на сучасному рівні патентний пошук, захист своїх інтересів у судах тощо. Принципової ваги для прориву українських товарів і технологій на світовий ринок набуває сьогодні патентування винаходів та знаків для товарів і послуг вітчизняних розробників у розвинених країнах світу (патентування за кордоном та збереження прав на інтелектуальну власність за українськими винахідниками й виробниками) [3, с. 37].

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що для успішного інноваційного розвитку економіки України, повинна бути розроблена ефективна інноваційна політика, яка включатиме в себе комплексний розвиток різноманітних складових. Зокрема, необхідно здійснювати підготовку кадрів для високотехнологічних галузей, створювати та підтримувати розвиток ринків інноваційної продукції та забезпечувати їх інтелектуальний захист (патентування), використання у всіх сферах народного господарства ІТ-технологій, формування науково-промислових кластерів.

1. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність : навч. посіб. / П. П. Микитюк, Б. Г. Сенів. – К. : Центр навч. літ., 2009.– 320 с. 2. Кукурудза І. І. Інноваційна діяльність в регіоні: стан, проблеми, перспективи / І. І. Кукурудза // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1. – С. 67–70. 3. Горбулін В. П. Державне управління науково-технічними та економічними процесами реалізації Україною стратегічного курсу на європейську і євроатлантичну інтеграцію / В. П. Горбулін – К.: ДП «НВЦ» Євроатлантикінформ", 2010. – 272 с.

Мірошник Р.О., Шаламага М.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІТ-АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ

Процеси глобалізації, зростання у світі ролі інтелектуальної праці, пошук нових методів та підходів до організації бізнесу призводять до виникнення попиту на послуги аутсорсингу. Інтеграція України у світовий інформаційний простір та висока якість вітчизняних трудових ресурсів дозволяють посилювати позиції вітчизняних фахівців у галузі інформаційних технологій (ІТ) на світовому ринку офшорного аутсорсингу та фрілансу. В умовах обмеженого попиту на послуги з розробки ІТ продуктів на внутрішньому ринку розвиток ІТ-аутсорсингу в Україні дозволяє забезпечити зайнятість фахівців з ІТ при достатньо високому рівні оплати їх праці [1].

ІТ-аутсорсинг – це передача сторонньому виконавцю (аутсорсеру) повністю або частково функцій з обслуговування інформаційних потреб організації. Саме поняття «інформаційні потреби організації» охоплює різноманітні за формою і змістом види діяльності, пов'язаної з отриманням, обробкою, зберіганням, передачею інформації, а також широкий спектр супутніх консалтингових послуг [2, с. 166].

Для пересічної аутсорсингової ІТ-фірми притаманні такі види діяльності:

- розробка різноманітних видів програмного забезпечення;
- обслуговування технічних і програмних засобів;
- управління інформаційними системами, системами зв’язку і бізнес-процесами;
- web-дизайн;
- електронний бізнес та безпека ІТ тощо.

До переваг, які отримують підприємства від аутсорсингу, можна віднести зниження собівартості функцій, переданих аутсорсеру. Слід відзначити що аутсорсер, як правило, здійснює виконання доручених йому функцій дешевше унаслідок спеціалізації у вузькій предметній області і завдяки ефекту масштабу, який досягається при виконанні однотипних операцій одночасно для великої кількості клієнтів.

Ще одним позитивним наслідком спеціалізації є підвищення якості та надійності виконання переданих на аутсорсинг функцій, оскільки при вирішенні схожих завдань компанії-аутсорсери вже акумулювали великий досвід і можуть використовувати новітні технології та високо кваліфікований персонал. Аутсорсинг дає також можливість залучити співробітників замовника, які обслуговували раніше виконання делегованої аутсорсеру функції та які добре знають специфіку своєї компанії. На сьогоднішній день найбільшим попитом серед послуг ІТ-аутсорсинга користуються побудова ІТ-інфраструктури, підтримка віддалених філій, забезпечення інформаційної безпеки та експлуатованого устаткування. Також досить затребувані проекти, які гарантують порівняно швидку окупність вкладень, надають чіткий і негайний вплив на бізнес-процеси [2, с. 16-18].

Таким чином, можна зробити висновок, що ІТ-галузь в Україні є перспективним напрямом національної економіки, тому держава повинна вести політику розвитку цієї галузі, шляхом розширення державного замовлення на фахівців в сфері ІТ технологій, підвищення вимог до вивчення іноземних мов в навчальних закладах, здешевлення та покращення якості інтернет-зв’язку на території України. Не менш важливим завданням є вдосконалення законодавства, яке стосуватиметься запровадження державної підтримки розвитку індустрії програмного забезпечення, стандартизації та впровадження систем якості у цій галузі, запровадження ефективної системи правової охорони програмного забезпечення, урегулювання інвестиційної діяльності на ринку програмного забезпечення, особливо в питаннях офшорного програмування, сприяти прийняттю законів України про економічний експеримент щодо створення сприятливих умов для розвитку в Україні індустрії програмної продукції [3].

1. Щодо потенціалу і перспектив розвитку ІТ-аутсорсингу в Україні. Аналітична записка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/1301/. 2. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. Аникин Б.А., Рудая И.Л. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 2009. — 320 с. 3. Матвій І. Є. Особливості розвитку ІТ-аутсорсингу в Україні / І. Є. Матвій // Вісник нац. університету «Львівська політехніка». – 2013. – № 754: Проблеми економіки та управління. – С. 185 – 190.

Новаківський І.І., Лущак Н.С., Борбулевич В.З.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИЛАДОБУДУВАННЯ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Сьогодні надзвичайно важливим завданням для вітчизняних підприємств є ефективне вирішення проблем модернізації, яка повинна комплексно націлювати їх на досягнення сучасного рівня конкурентоздатності порівняно з розвинутими країнами. Для цього необхідно спрямувати їх розвиток у найбільш ефективному напрямі, що передбачає впровадження інноваційних технологій у процеси організування динамічних бізнес-процесів. Тільки такий підхід відкриває двері у новий, європейський рівень розвитку підприємств.

Безперечно, попри важкі соціальні-економічні умови, вітчизняним підприємствам важко покращити свій стан, адже вони часто перебувають під тиском недобросовісної конкуренції та недопрацьованих економічних, політичних, соціальних реформ в Україні. Наразі найбільш важливими проблемами вітчизняних підприємств, які обмежують їх конкурентоспроможність, залишаються: відсталі способи організування управлінської діяльності, застаріла структура виробничих потужностей, слабко розвинуті інвестиційні інструменти підтримки модернізаційних процесів, нерозвинуті мережеві підприємницькі структури, які стримують ефективність формування тимчасових гнучких ланцюгів вартості тощо.

Процес модернізації промислових виробничих підприємств потребує налагодження їх системи управління діяльністю у відповідності з сучасними вимогами соціально-економічного розвитку у напрямку із найбільш економним використанням обмежених ресурсів та найменшими витратами.

Зміна умов функціонування підприємств викликана такими причинами:

- зростання вимог щодо здатності взаємодії за масових рахунок процесів глобалізації шляхом формування наскрізних ланцюгів вартості сировина виробництво - кінцевий споживач;
- наявність потужного обчислювального інструментарію моделювання бізнес-процесів і прийняття колегіально узгоджених планів представниками різних організацій;
- підвищені вимоги щодо гнучкості відносин організаційно-виробничих одиниць, зокрема за рахунок стандартизації управлінських процесів і запровадження методів проектного менеджменту;
- формування віртуального простору для забезпечення оперативного і ретроспективного відображення реального стану бізнес-процесів;
- наявність розгалуженої фінансово-банківської системи для формування фінансових потоків;

Зазначимо, що основою цих перетворень можуть стати лише реальні організаційно-виробничі структури з гнучкими технологічними можливостями, що задовольняють високим вимогам якості. Вирішення даних нагальних питань, дасть змогу визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності та підвищити рентабельність вітчизняних підприємств.

Для виявлення реального стану модернізації на вітчизняних підприємствах було проведено статистичне обстеження. Мета його проведення полягала у формуванні висновків і пропозицій щодо модернізації вітчизняних підприємств Західного регіону України в умовах інтенсифікації взаємозв'язків з ЄС. *Об'єктом статистичного спостереження* були підприємства Західного регіону України в галузі приладобудування. *Предметом статистичного дослідження* став стан і перспективи модернізації управлінських та виробничих технологій на вітчизняних підприємствах в галузі приладобудування. Анкетування проводилось силами працівників кафедра менеджменту організацій Національного університету "Львівська політехніка" і редакції рекламно-аналітичного Інтернет-видання "Інноваційні Технології & Обладнання" (http://metaltechcomua.blogspot.com/), створеного при Фізико-механічному інституті ім. Г.В. Карпенка в рамках заходів щодо популяризації готових до впровадження розробок провідних вітчизняних науковців як власне Інституту, так й інших провідних вітчизняних виробників та закладів НАН України. Інтерв'юери працювали на провідних профільних виставках Західного регіону України, а саме:

1. Весняному Будівельному Форумі.15 – 18 березня 2016 р. у приміщенні Палацу спорту “Україна” (м. Львів, вул.Мельника,18). У складі Форуму - взаємодоповнюючі виставки: XXXIII Міжнародна виставка “БудЕКСПО-весна” та XI спеціалізована виставка “Вікна.Двері.Дах”.

2.XII спеціалізованій виставці «Електрика 2016» та VI спеціалізованій виставкці «Метал Обладнання Інструмент'2016». 23-25 березня 2016 р. Палац спорту «Україна» (м. Львів, вул. Мельника, 18).

3. IX спеціалізованій виставці «Тепло. Вода. Повітря’ 2016».13–15 квітня 2016 р.Палац спорту «Україна»(м. Львів, вул. Мельника, 18).у XII спеціалізованій виставці «ЕЛЕКТРИКА 2016». Цільовими суб’єктами анкетування були представники підприємства, основною діяльністю яких є приладобудування.

Інформаційну базу досліджень становлять результати анкетування щодо проблем модернізації вітчизняних підприємств. Анкетування стосувалося трьох блоків даних: 1) загальні відомості про підприємства; 2) стан і готовність до змін системи управління підприємств; 3) стан і очікування в сфері модернізації вітчизняних підприємств. Представникам підприємств (менеджерам вищої і середньої ланки управління) була надана анкета, яка складалася із 3 частин, сумарно 30 питань, які в стислій змістовій формі максимально повно охоплюють зазначені вище проблемні напрями дослідження. Складність використаних механізмів проведення анкетування є досить непростим процесом, що пов'язано з людським фактором. Саме в цьому випадку необхідно дуже ретельно і обережно підходити до оцінки отриманих результатів. Відповідно завершальним етапом експертної оцінки є аналізування результатів анкетування, що служать інформаційним та рекомендаційним матеріалом для прийняття рішень.

Перша частина розробленої анкети була зосереджена на базових, інформаційних питаннях, які дають змогу краще відобразити узагальнену картину обстежуваних підприємств. В результаті систематизації зібраних під час спостереження відомостей було визначено загальну картину обстежених підприємств. Відповідно до отриманих результатів, найбільшу частку підприємств займають ті, що діють понад 10 років (66%), біля 14% становлять відповідно підприємства з часом існування від 3 до 6 років та від 6 і до 10 років. Новостворені підприємства займають частку біля 2%. Результати обстеження наведено на рис.1.

Що ж до середньої чисельності працівників, то на обстежених підприємствах переважають організації із чисельністю від 21 до 100 чоловік (61%), малі підприємства (до 20 чоловік) становлять групу в 27%. Найменшу частину займають підприємства з середньою чисельністю персоналу понад 1000 чоловік (2%). Детальну картину середньої чисельності працівників наведено на рис. 2.

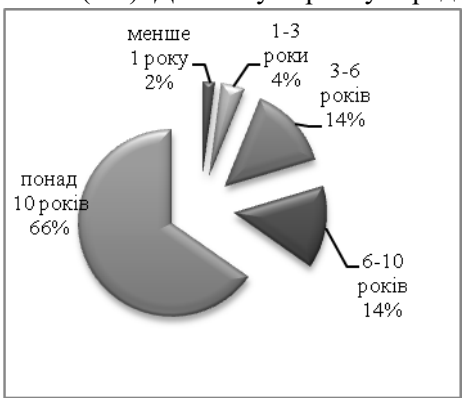


Рис. 1. Вікова структура обстежених підприємств приладобудування Західного регіону України

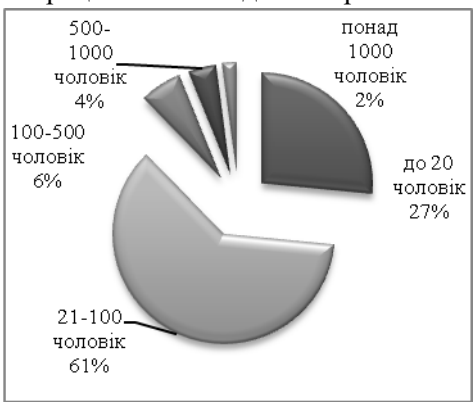


Рис. 2. Середня чисельність працівників підприємств приладобудування Західного регіону України

По-різному менеджери оцінюють теперішній стан підприємства, які вони представляли. Найбільше менеджерів, біля двох третин опитуваних, вважає, що ситуація є стабільною, а ще 22% вважає, що покращується. Найменшу частину складають підприємства, які знаходяться на спаді або у кризовому становищі. Результати анкетування наведено на рис. 3.

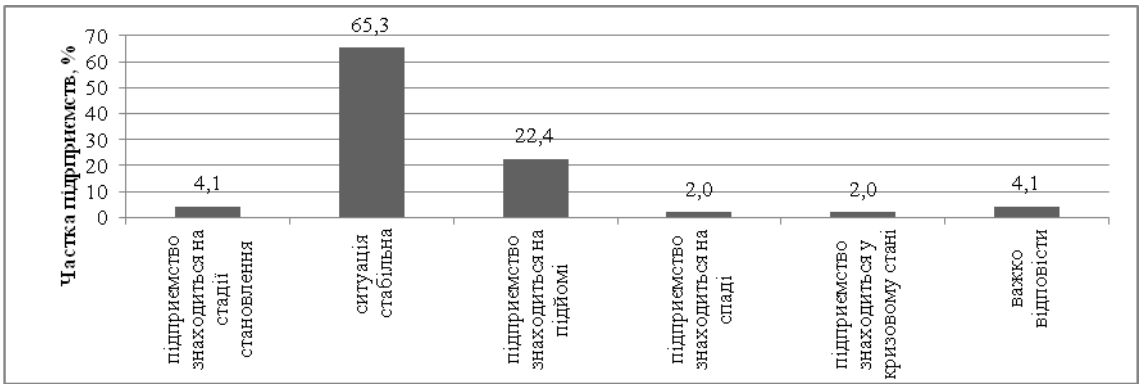


Рис 3. Сучасний стан підприємств приладобудування Західного регіону України

При дослідженні рівня конкуренції в галузі приладобудування було виявлено, що більшість опитуваних вважають її високою, 45% - на середньою і лише 4% вважають конкуренцію низькою. Дані обстеження наведено на рис 4.

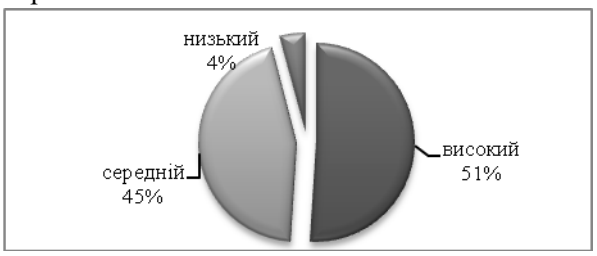


Рис. 4 Рівень конкуренції підприємств приладобудування Західного регіону України

У другій частині анкети, яка присвячена питанням організаційно-управлінській модернізації, ключовим аспектом є розвиток організаційних структур системи управління підприємств. Адже, той хто здатний ефективно управляти і реалізувати свої пропозиції в умовах сучасної мережевої багатовекторної діяльності отримує значні конкурентні переваги. Сьогодні як ніколи важливо врахувати багатосторонність розвитку організаційних структур управління, до яких відносять; організаційну структуру управління, виробничу структуру управління, структуру центрів відповідальності, структурну оболонку бізнесу та інформаційну інфраструктуру. Узагальнене відношення до вагомості цих структур наведено на рис. 5.

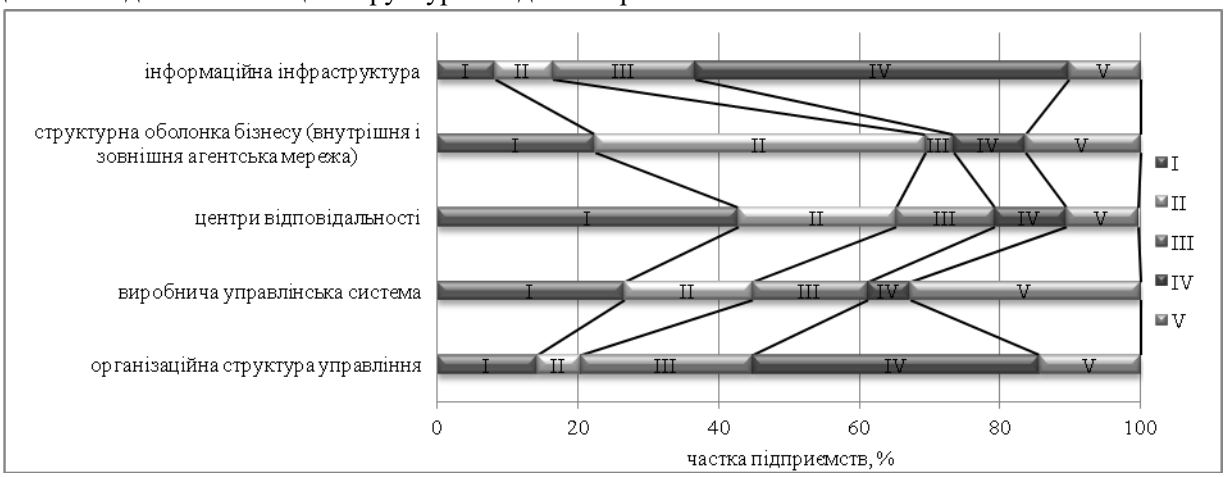


Рис. 5. Вагомість організаційних структурних елементів системи управління підприємством (I- найменш важлива, ..., V- найбільш важлива).

Цікаво відзначити, що найбільш важливими елементами підприємці відзначили виробничу управлінську структуру та інформаційну інфраструктуру, що показано на рис.6.

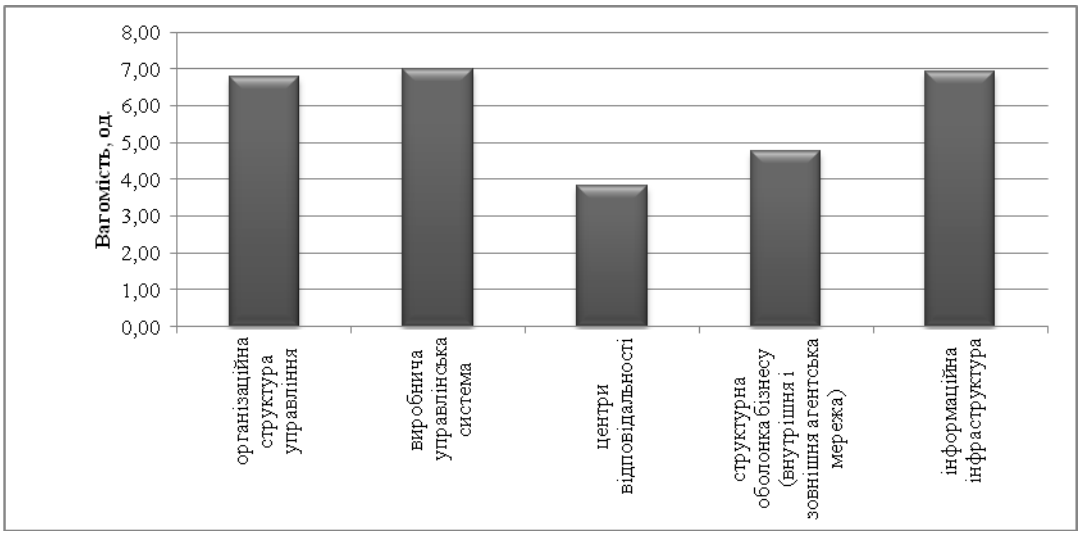


Рис. 6. Вагомість організаційних структур систем управління підприємств приладобудування Західного регіону України

Більшість опитаних менеджерів оцінює розвиток інформаційної інфраструктуру підприємства на високому,достатньому рівні (59%). Повні дані наведено на рис. 7.

Тематика техніко-технологічної модернізації відображена у висвітленні наступних питань. Ситуація на підприємствах відносно ступеня зношення виробничих фондів не є критичною, адже найбільший відсоток зношення основних виробничих фондів понад 70% становить 2%. За проведеною статистикою зношення основних виробничих фондів змінюється в межах 10-30%. Результати наведені на рис 8.

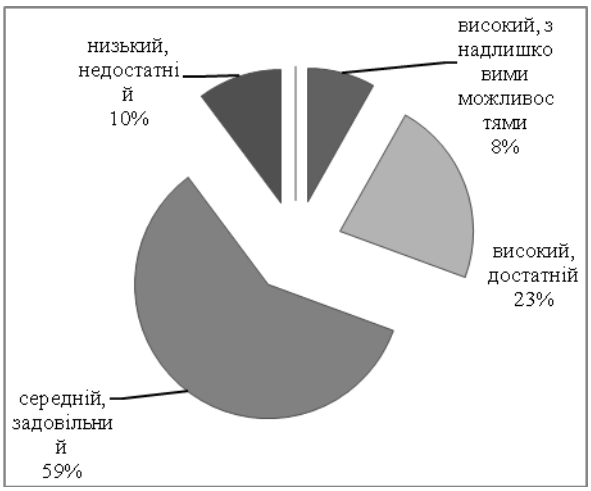


Рис. 7 Рівень інформаційної інфраструктури підприємств приладобудування Західного регіону України

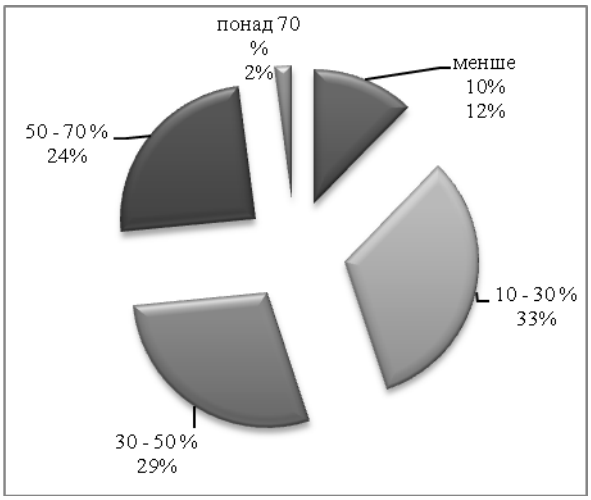


Рис. 8 Ступінь зношення основних виробничих фондів підприємств приладобудування Західного регіону України

У ринкових умовах підприємства прагнуть підтримувати належний рівень діяльності. Для підвищення рентабельності та прибуткової діяльності підприємств, проводять періодичне технологічне оновлення. Відповідно результатів опитування, як показано на рис. 9, найбільшу частину складають підприємства, які здійснювали оновлення 1-2 роки тому (33%), а найменшу частину – понад 10 років тому (8%).

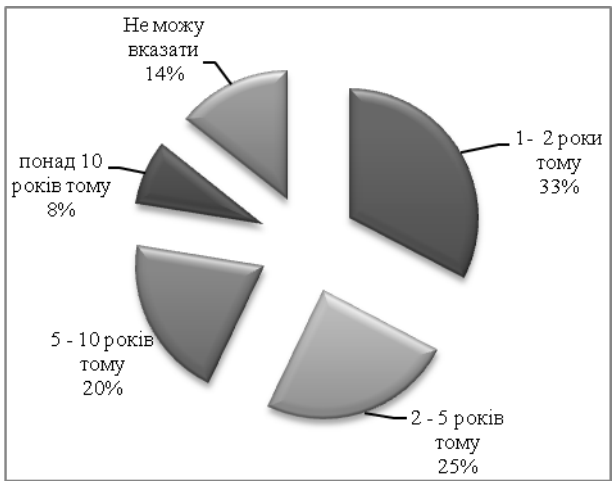


Рис. 9. Останнє технологічне оновлення підприємств приладобудування Західного регіону України

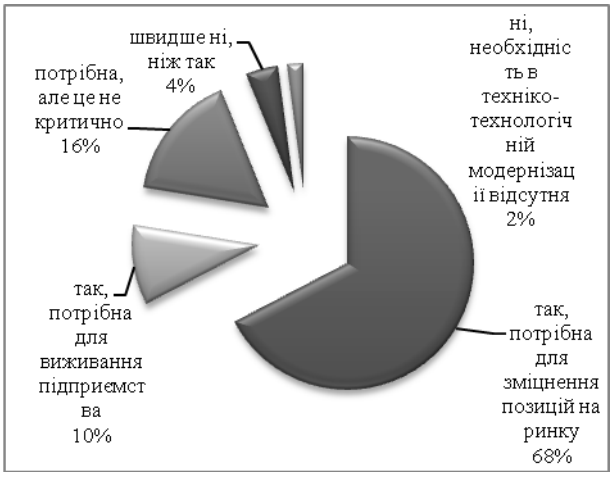


Рис. 10. Аналіз необхідності проведення техніко-технологічної модернізації підприємств приладобудування Західного регіону України

Техніко-технологічна модернізація для приладобудівних підприємств є основним кредо діяльності. Про це свідчать наступні показники: підприємства, які вважають, що модернізація необхідна для зміцнення позиції на ринку становлять більшість (68%), що є свідчення розуміння важливості її впровадження.

Фінансові витрати є частиною проведення будь-яких змін. Інновації та модернізація технологічних процесів потребують значних коштів. Відповідно до результатів анкетування, ситуація наступна: більшість витрачають на техніко-технологічну модернізацію від 10 тис. до 50 тис. дол. Загалом підприємства витрачають від 50 тис. до 200 тис. дол. Дані наведено на рис. 11.

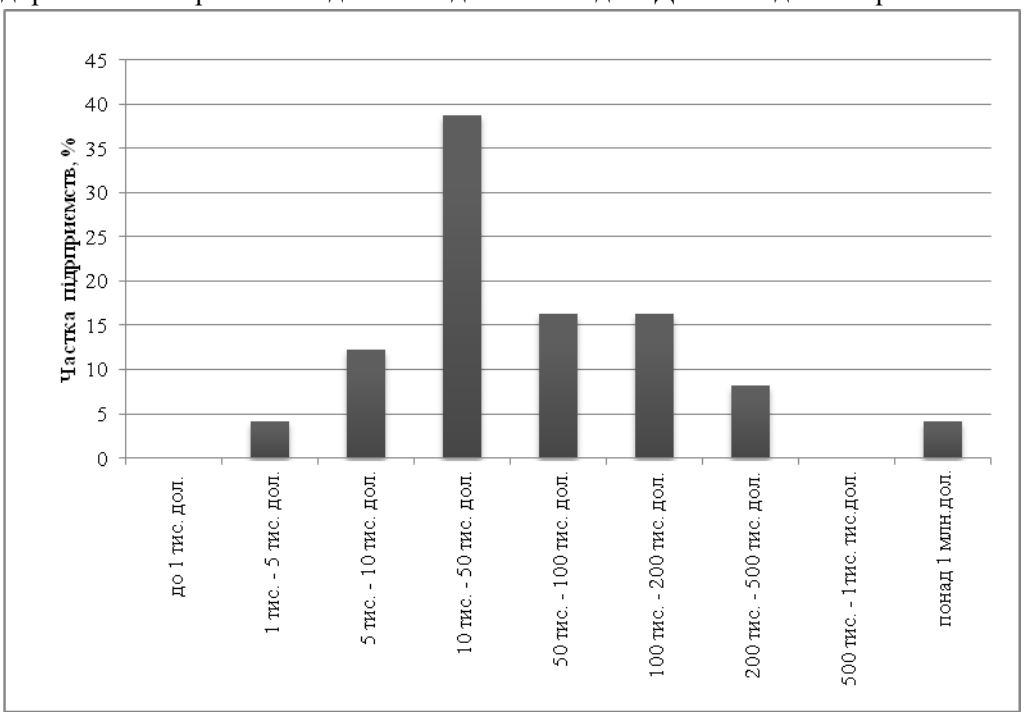


Рис.11. Орієнтована вартість проведення техніко-технологічної модернізації підприємств приладобудування Західного регіону України

Будь-який план повинен бути реалізований. Тому готовність підприємств до інновацій повинна бути своєчасною. Зокрема, відповідно до результатів аналізу підприємства, більшість з них планують провести модернізацію протягом наступного року, разом з тим більше 8% відтерміновують її на найближчі 5 років. Загальні результати наведені на рис. 12.

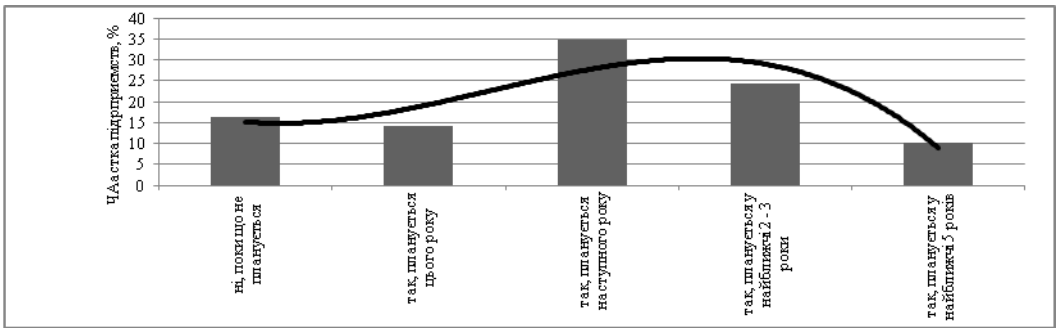


Рис. 12. Реалізація техніко-технологічної модернізації підприємств приладобудування Західного регіону України

Одним з напрямів дослідження було визначення спектру застосування ефективних методів організування виробничої діяльності на місцевих підприємствах. Результати опитування за даним питанням наведені на рис. 13.

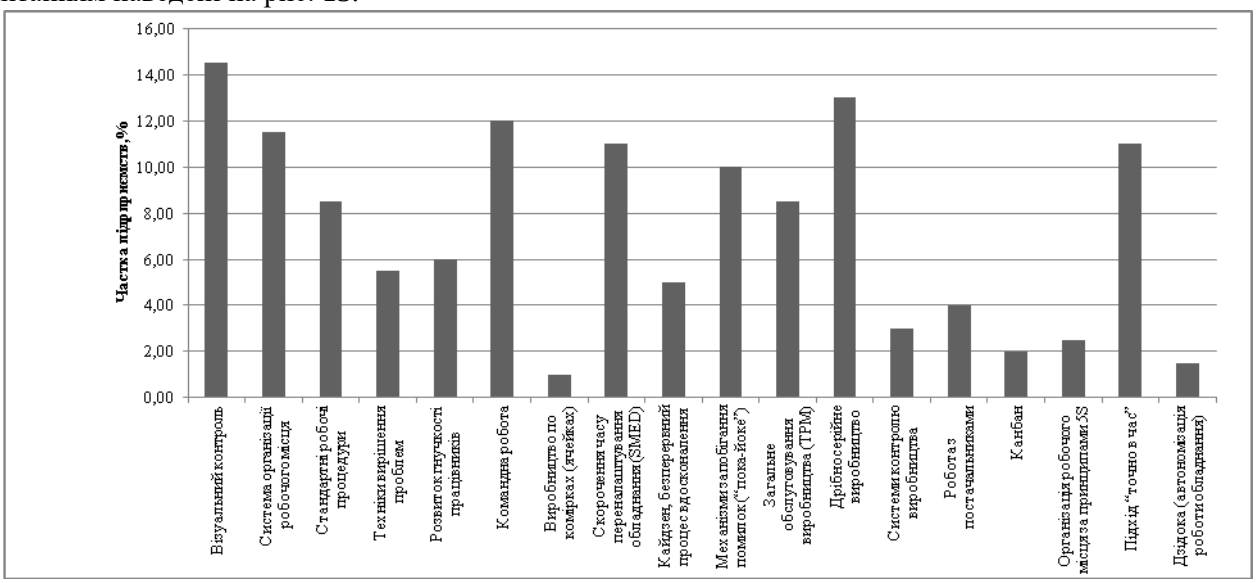


Рис.13 Рівень застосування методів управління виробництвом підприємств приладобудування Західного регіону України

Доцільно відзначити, що підприємства активно відстежують нові методи організування виробництва, зокрема методи «дбайливого виробництва». Це зумовлено тим, що на підприємствах у виробництві доцільно дотримуватися чітко заданих обсягів і строго визначеного асортименту виробів високої якості у визначенні терміни. Дані анкетування свідчать, що більша частина підприємств (55%) добре ознайомлені із цим методом «дбайливого виробництва», хоча 22% не володіють такою інформацією.

Провівши дане статистичне обстеження можна зробити висновок, що більшість підприємств готові до модернізації та інноваційних перетворень задля успішної діяльності. Доцільно відзначити позитивні тенденції техніко-технологічної складової підприємств Західного регіону України, які спрямовані на вдосконалення діяльності і зміцнення їх конкурентоспроможності. Загалом можемо констатувати, що незважаючи на складне соціально-економічне становище місцеві вітчизняні підприємства прагнуть обрати інноваційний, модернізований шлях розвитку. Їхній ресурсний, інформаційний, фінансовий, трудовий потенціал є значним та потребує логічного, своєчасного використання, а також створення сприятливих умов для стабільної та безпечної діяльності.

1. Статистика підприємств: 2-е вид., доповн. і перероб./ [Матковський С.О., Гринькевич О.С., Сорочак О.З. та ін.]; за ред. С.О. Матковського. – Львів: АЛЕРТА, 2013. – 560 с.

Новікова А.В., Подольчак Н.Ю.
Національний університет «Львівська політехніка»

НЕФОРМАЛЬНІ ПУБЛІЧНІ ДОМОВЛЕНОСТІ В РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ ТА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

В Україні існує гостра соціальна проблема: прірва між низькою оплатою праці та високою вартістю життя. Найбільше ця проблема стосується працівників державних установ. Вважається, що заробітна плата держслужбовця не мала б поступатися заробітній платі фахівця такого ж рівня у приватному секторі. Проте, попри відносно низькі зарплати, професіонали різних галузей продовжують працювати на своїх посадах. До прикладу, лікарі та вчителі, працівники податкових служб та правоохоронних органів отримують на порядок менші зарплати, ніж секретарі. При чому, що практикуючі лікарі отримують в середньому на 2 грн. менше за годину роботи, ніж вчителі шкіл [1]. За рейтингом сайту Mojazarplata.com.ua середня погодинна зарплата практикуючого лікаря становить 10 грн., вчителя – 12 грн., а секретар в прийомній директора в свою чергу отримує 13 грн. Отже, зарплата робітників державних установ є несправедливою, мізерною й більш того принизливою, оскільки умови праці, рівень відповідальності, обсяг роботи та стресовість навіть не йдуть у порівняння з роботою секретарів.

Це викликає низку запитань. Тому не є питання: «Звідки брати кошти на збільшення зарплат?», а питання: «Чому ніхто особливо не скаржиться і не вживає заходів стосовно низької оплати праці?».

Середня зарплата працівника охорони здоров'я в Україні становить близько2500 грн. Медсестри отримують близько 1500 грн. До слова, медсестра у Німеччині заробляє в середньому €2-2,5 тис. Середня заробітна плата лікаря у Польщі становить €2,5 тис. В інтернеті для українських спеціалістів можна знайти пропозицію роботи в Чехії, де оплата праці для різних фахівців становить $1,4-4 тис. Заробітна плата лікаря-початківця без стажу - від $1 тис [2]. У лікаря винагорода - €6-10 тис. І ці цифри спонукають нажаль або до виїзду закордон, або до хабарництва.

І один, і другий сценарії надто розповсюджені на теренах нашої держави. Таким чином, виходить, що в Україні існує негласна домовленість між державою, бізнесом та суспільством взаємодії і співіснування.

Суспільство не захищає свої інтереси, оскільки воно змиролося з існуючим станом речей. Закордоном, наприклад, поширені страйки, мітинги та інші прояви протесту у випадках мінімального погіршення умов праці робітників в тій чи іншій сфері. У нас важко уявити лікарів, які виходять на страйк і домагаються своїх прав.

Згідно з цією публічною домовленістю вони шукають або додаткового заробітку, або беруть хабарі. Тим самим у першому випадку знижуючи якість надання послуг, підвищуючи стресовість, напруженість роботи, нівелюючи власний статус, а в другому випадку – інтенсифікуючи розвиток такого негативного явища як корупція.

Поширеність такого явища існує не тільки між держслужбовцями, але й між малим, середнім, великим бізнесом та державою. Зокрема, великий бізнес використовує тонізацію діяльності через офшори, а для малого і середнього бізнесу запропоновано спрощені системи оподаткування.

Така практика призводить до відсутності трансперентної взаємодії між основним стекхолдерами, а отже не дає змогу отримати синергії у розвитку бізнесу, держави та громадянського суспільства вцілому. Ці ефекти фактично унеможливлюються через існуючі законодавчі прогалини та неформальні публічні домовленості. Тому слід вжити легальних механізмів захисту власних інтересів суспільства, бізнесву та зрештою держслужбовців.

1. Лікарі і вчителі в Україні заробляють менше секретарів [Електронний ресурс] Режим доступу: http://mojazarplata.com.ua/ua/main/zarobitok/news/l456kar456-456-vchitel456-v-ukran456-zarobljajutq-menshe-sekretar456v 2. Куди виїжджають українські медики у пошуках кращих перспектив [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ipress.ua/articles/likari_na_eksport_15964.html.

Процак К.В., Романів Л.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЇ У ВИЩІЙ ОСВІТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сьогодні вища освіта знаходиться в стані важливих реформ. Резонансні обговорення в суспільстві впровадження нового Закону «Про вищу освіту» свідчать про надзвичайну актуальність досліджуваних питань. Зміни, які відбуваються у вищій освіті передбачають глибокі, масштабні та ресурсоємні перетворення як в управлінні, так і в організації навчально-виховного процесу. Нововведення, які втілюються на державному рівні, дадуть можливість ВУЗам бути більш самостійними у фінансовій, економічній та організаційній сферах, навчання для студентів передбачається стати простішим і цікавішим, вони зможуть легко після його закінчення інтегруватись в Європейське співтовариство. Зовнішнє оцінювання якості вищої освіти стане прозорим та контролюватиметься державно-громадським органом.

Проте реалізація даних реформ потребуватиме часу і серйозних зусиль. Розглянемо, які ризики і негативні чинники вже сьогодні ускладнюють ситуацію:

- недостатня кількість ресурсів – фінансових, кадрових, організаційних для реалізації нововведень;
- відсутність мотивації працівників ВУЗів до кардинальних змін;
- виникнення додаткових ризиків при проведення змін у вищій освіті через складну економічну і політичну ситуацію в країні, соціальну напругу.

Успішна реалізація освітніх реформ і подолання перешкод можлива при реалізації наступних завдань:

- залучення всієї академічної спільноти, громадськості до інноваційного процесу у вищій освіті;
- проведення системної та узгодженої модернізації освітньої діяльності;
- налагодження партнерських і ділових зв'язків з бізнесом, органами державної влади, громадськими організаціями.
- створення єдиної національної системи кваліфікацій та налагодження ефективної взаємодії сфери освітніх послуг та ринку праці, відповідно до європейських стандартів та із залученням об'єднань організацій роботодавців
- розширення міжнародної співпраці.

Насамперед інновації в освіті – це якісна зміна цілей освіти та способів її досягнення (тобто інша система організації навчального процесу, інші мотивації викладача і студента, інші форми та характер їх взаємодії, інша система освіти та підготовки педагогічних кадрів).

Ми знаходимось на незворотному шляху розвитку освіти, що обумовлено такими особливостями:

- змінюється суспільство (стає більш інформатизованим, мобільним, відкритим), змінюються і способи донесення знань та інформації до студентів. Мова йде про застосування різноманітних новітніх електронних методів. Це полегшує навчальний процес, робить його більш ефективним завдяки різним способам сприйняття. Так, наприклад, застосування електронного навчання дасть можливість краще організувати і проконтролювати самостійну роботу студентів, зменшить витрати часу на роботу з боржниками, дасть можливість спілкуватись зі студентами різними засобами (форум, чат, повідомленнями), спрощення видачі і перевірки завдань студентам, тощо.
- це складний і тривалий процес, який полягає в теоретико-методологічних припущеннях, а потім конкретизується в основних елементах навчального процесу;
- інновації в освіті самі по собі не виникають, вони є результатом наукових пошуків, прогресивного педагогічного досвіду окремих педагогів і цілих колективів.

Загалом, інновації в освіті поділяються на наступні види:

І. Психолого-педагогічні інновації: нововведення у навчальному, виховному і управлінському процесах. Даним інноваціям сприяють реформи у вищій освіті, які передбачають підвищення конкуренції між викладачами. Частково це відбувається через надання студентам можливості самостійно обирати 25% дисциплін. Нововведення в навчальному аспекті повинні стосуватись:

- підвищенню мотивації та активності студента в процесі навчання (а не пасивне засвоєння інформації);

- акцент на процес навчання, застосування креативних, нестандартних рішень, мотивування пошуків розв'язку проблеми, а не запам'ятовування інформації;

- обов'язкове прикладне застосування знань, формування конкурентоспроможного фахівця.

ІІ. Науково-виробничі інновації: комп'ютеризація, матеріально-технічне оснащення.

У вищих навчальних закладах найдоцільніше користуватися такими сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями як: інтернет-технології (сайт, блог, форум, електронна пошта, чат, пошукові системи, тематичні каталоги, освітні портали тощо), мультимедійні програмні засоби (комп'ютерні тренажери, мультимедія-презентації, навчальні фільми, педагогічні програмні засоби), електронні посібники та підручники.

ІІІ. Інноваційні освітні технології

Як правило, сюди відносять проведення наукових експериментів, досліджень, нестандартних занять. Проведення занять у вигляді тренінгів, запрошення відомих авторитетних фахівців. Розвиток у викладачів креативності, творчості, індивідуального підходу до кожного студента. Зміни взаємовідносин між студентом і викладачем, тобто вони повинні розглядатись як партнери, які разом досліджують актуальну проблем і співпрацюють. Розвиток у студентів як самостійності, так і можливості працювати в колективі. Також у студентів необхідно розвивати життєві компетенції, соціальну активність, здатність до змін, здатність до саморозвитку і безперервного навчання.

Впровадження відповідних інноваційних змін допоможе суттєво підвищити ефективність та якість роботи вищих навчальних закладах та освіти в Україні загалом.

1. Дубасенюк О.А. Інновації в сучасній освіті // Інновації в освіті: інтеграція науки і практики: збірник науково-методичних праць/ за заг. ред. О.А. Дубасенюк. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – С. 12-28. 2. Климова Г.П. Інноваційний розвиток вищої освіти України: методологічний аспект аналізу / Г. П. Климова. // Право та інноваційне суспільство. - 2013. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pric_2013_1_10

Світящук І.В.
Львівський торгівельно-економічний університет

ПРОСТОРОВО-НЕЙТРАЛЬНІ ТА ПРОСТОРОВО-ОРІЄНТОВАНІ ПІДХОДИ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Два основні підходи до регіональної політики у світовому дискурсі формуються ключовими глобальними інституціями та організаціями. Світовий банк у своїх звітах стоїть на засадах просторово-нейтрального підходу (space-blind approach), в той час як Організація економічного співробітництва та розвитку (OECP) та в значній мірі Європейська комісія стоять на засадах просторово-орієнтованого підходу до політики регіонального розвитку.

Просторово-нейтральний підхід базується на неокласичних теорія та засадах нової географії, що передбачає вільний ринок, вільних рух капіталу та праці, що дозволяє розподілити ресурси у спосіб, який принесе найбільшу віддачу від факторів виробництва, а, отже, максимізує загальний валовий випуск на державному рівні. За цих припущень, держава обирає незначне втручання у розвиток регіонів, оскільки уряд не може знати, який варіант розподілу ресурсів є оптимальним. Тим не менше, з часом така політика призводить до зростання нерівності між регіонами та просторової концентрації капіталу, а не до рівномірного розвитку усіх регіонів.

Просторово-нейтральний підхід є доволі поверхневим також і в контексті країн, що розвиваються, оскільки він не приділяє серйозної уваги знаннєвим зовнішнім ефектам та їх зв'язку з інституційним розвитком. Наприклад, саме тому політика регіонального розвитку зводиться до інвестицій «жорсткої інфраструктури» - будівлі доріг, нехтуючи при цьому соціальними та екологічними аспектами.

Навпаки, просторово-орієнтований підхід до регіональної політики вважає, що локальний контекст має значення, що взаємозв'язок між інституціями, урядом та географією є критично важливим, формуючи т.з. «відчуття місця». «Відчуття місця» визначається дослідниками як поєднання культурних, соціальних, креативних, підприємницьких аспектів та інституційного капіталу певної території.

Стратегія стосовно розвитку інноваційного потенціалу регіону повинна насамперед включати заходи щодо налагодження співпраці в рамках «інноваційної тріади» держава – освіта/наука – бізнес. Суспільні мережі визначають напрямки науково-дослідної діяльності, визначають патентну активність, сприяють інвестиціям тощо.

В перспективі усі сучасні просторово-орієнтовані підходи передбачають, що публічний, приватний та громадський сектори включають знання, яке, у випадку продуманої координації, можна використовувати для розвитку потенціалу локального зростання та що дозволить сформувати та розкрити інноваційний потенціал міста.

Крім того, інноваційне економічне зростання країн, що розвиваються, залежить в більшій мірі від створення нових секторів економіці, ніж від підвищення продуктивності традиційних секторів. Проте, самі ринкові сили не можуть створити високотехнологічні сектори в слаборозвинутих регіонах за просторово-нейтральними підходами . Для цього необхідні в достатній мірі новітні інституції, які б могли приваблювати високоякісні інвестиції, поглинати технології з закордону та творити людський капітал і нові технології, а також узгоджена з національною політикою регіональна стратегія розвитку, яка б підсилювала локальний потенціал..

Більше того, здатність до інновацій залежить не лише від наукових відкриттів чи генерування ідей. Це процес, який поєднує в собі знання в регіоні, активи та мережі для перетворення ідей, проникливості та винаходів у нові процеси, товари та послуги. Успішні інновації вихідним продуктом динамічної взаємозалежності множинності регіональних факторів. Кожен регіон має різний набір активів, мереж та загальні характеристики економічної культури, що визначають його успіх у підтримці інновативних фірм та мешканців. Така взаємозалежність є циклічною: позитивні наслідки від інновацій стають вхідними параметрами для подальшого створення та впровадження інновацій, які знову ж таки підвищуватимуть продуктивність та процвітання. А тому лише просторово-орієнтований підхід може стимулювати інноваційний розвиток у кожному регіоні.

Сыдыкназаров М.К.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

ПОЛИТИКА НОВОЙ (НЕ)ПРЕДСКАЗУЕМОСТИ: СОБЫТИЯ В УКРАИНЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЕГИОН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ. ИНФОРМАЦИОННО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Конфликт в Украине привел к изменению геополитической конфигурации на евразийском континенте. Само начало силового вмешательства России во внутренние дела Украины стало точкой отсчета существенных геополитических сдвигов в регионе и мире. Украина, а позже и Сирия, стали «точками невозврата» – переходом политического курса России в иное качество, возможно и в регионе Центральной Азии. Прошло не более полугода с момента деэскалации конфликта, но тем не менее последствия украинского конфликта все ещё разворачиваются во времени и пространстве. Их последствия испытали на себе все страны ЦАР, но наибольшее влияние оказал он на Казахстан, географически граничащего с Россией, так как наблюдался полярный раскол во мнениях казахстанского общества, что было чревато многочисленными негативными опасностями. Если ранее абхазский и южноосетинский сценарий показали, что при последовательном и выверенном внешнесистемном влиянии на развитие событий сецессия как инструмент можно использовать для появления на карте новых непризнанных государств, то события в Крыму показали, что дно такого рода проектов еще не достигнуто. Основные *последствия украинского конфликта на Центральную Азию и Казахстан можно дифференцировать и описать следующим образом*:

Информационно-идеологического характера: 1) Информационная составляющая в украинском кризисе обнажила неэффективность, уязвимость и слабость информационных стратегий государств ЦАР, низкий уровень информационной безопасности. Фактически аутентичного информационного пространства у стран региона не существует: на этом поле ведущую роль играют зарубежные, прежде всего российские СМИ и медиа. Это касается прежде всего касается Казахстана. 2) Двусторонние отношения в ЦАР носят ситуативный характер, полагаясь при этом на постсоветское наследие. Украинский кейс лишь актуализировал эту проблему: что в принципе способен дать регион ЦА как субъектный геополитический игрок? Субъектен ли в принципе регион как единое целое? 3) События на востоке Украины продемонстрировали, насколько важны системность политики государственного регулирования сфер межэтнического согласия и межконфессиональной стабильности, языковой политики в государствах ЦАР, где проживает значительная (наиболее всего это касается Казахстана) русская диаспора. 4) Посткрымский период и эскалация конфликта на востоке Украины ясно обнажили другую проблему – рост милитаристских настроений среди ряда населения, подпитываемой информационным фоном в СМИ. Так, на стороне сепаратистов на востоке Украины участвовали наемники – граждане Казахстана. Одного из них осудили по возвращении, и он отбывает срок. 3) Усилившиеся риски искусственного сепаратизма и сецессионизма. В Казахстане уже рассмотрено как минимум несколько[1] уголовных дел, в основе которых призывы к сепаратизму[2], разжигании межэтнической розни[3], причем эти призывы активизировались именно в период конфликта в Украине. 4) Геополитическая непредсказуемость концепции «русского мира» и тезиса о "защите соотечественников" для ЦАР, их переход из «мягкой силы» в жесткую; восприятие концепции «русского мира» как агрессивной, направленной на дестабилизацию. 5) События в Крыму, а затем и в Донбассе показали эффективность реализации Россией стратегии искусственного симметричного слияния «разделенного народа». Это означает, что будет наблюдаться попытки РФ активизации инициатив создания новых, либо стимулирования преобразования старых общественных движений и организаций на этнокнфессиональной почве в регионе ЦАР. 6) Можно предположить, что вмешательство либо попытка военной интервенции любого внерегионального системного актора в ЦАР усилит региональную идентичность, и самое главное - исламскую солидаристскую

[1] Приговор в отношении Шевцовой-Валовой вступил в силу//http://rus.azattyq.org/content/news/27022579.html
[2] Пять лет за публикацию. Предупреждения закончились?//http://rus.azattyq.org/content/bloger-igor-sychev-ridder-kazakhstan/27375080.html
[3] Суд по делу Тайчибекова перешел к прениям сторон// http://rus.azattyq.org/content/news/27407057.html

идентичность во всех пяти государствах региона, тем более этому способствуют абсолютно превалирующий в регионе суннизм ханафитского мазхаба. Вопрос крымских татар в Крыму прошелся касательной к кругу вопросов тюркской солидарности государств ЦАР. 7) Военная интервенция автоматически будет переведена в сфер межрелигиозного противостояния - освободительного исламского джихада. Вырастет роль экстремистских организаций и их популярности, для которых совмещение матрицы построения исламистского государства (наглядный пример – временные успехи запрещенной террористической организации ИГИЛ-ДАИШ) вкупе с освободительной риторикой против "неверных" даст сложный коктейль, против которого будет трудно что-либо противопоставить. 8) В украинском конфликте важную роль сыграл также внутренний религиозно-конфессиональный контекст. Косвенно указанный контекст коррелировал с позицией казачества и казачьих организаций на постсоветском пространстве. В ходе противостояния на Майдане, начавшегося осенью 2013 г. четко обозначились геополитические ориентиры религиозных (православной, греко-католической, римско-католической) организаций. 9) В информационном поле России активизировались силы, ратующие за легитимизацию территориальных претензий к Казахстану, а также ряду других территорий в ЦАР. Идентифицировались их сторонники в ряде стран региона. 10) Актуализировались вопросы персонификации внешней и внутренней политики в регионе ЦАР. Многие проблемы в ЦАР основаны именно на этом факторе - недостаточном уровне взаимного доверия при выработке совместной повестки дня. 11) Россия упорядочила и систематизировала во время и после событий в Украине работу с трудовыми мигрантами из ЦАР, и их наиболее влиятельными руководителями. В Госдуме РФ был внесен законопроект о расширении возможностей Национально-культурных автономий в адаптации мигрантов посредством их трансформации в некоммерческие организации. Ключевым нововведением этого законопроекта является пункт, согласно которому Национально-культурные автономии получат возможность финансироваться не только исключительно за счет внутренних источников, а также благодаря сторонним источникам. 12) Имиджевые приобретения и потери России в регионе. Первые изменения касаются восприятия России как сильного соседа и основного внешнеполитического партнёра, а также партнёра по многим региональным и международным организациям – ОДКБ, ШОС, ЕАЭС, СВМДА, ОБСЕ и др., в которых состоят вместе с нею большинство постсоветских государств. В посткрымский период появились опасения, что «новая» Россия может представлять угрозу для своих партнеров в ЦАР. Как отмечают российские исследователи, "открытым остаётся вопрос, насколько прочными окажутся отношения, сформированные на этой зыбкой основе... Важно признать, что ключевые события на международной арене и роль России в них рассматриваются в Центральной Азии в первую очередь через призму восприятия их как угрозы национальной стабильности, территориальной целостности и государственному суверенитету. Повышение ощущения уязвимости неизбежно влияет на уровень доверия как между странами Центральной Азии и Москвой, так и между группами интересов, элитами внутри государств региона"[4].

Подводя итоги, можно сказать, что последствия событий в Украине находятся в стадии развертывания и не достигли еще своего дна. В дву- и многосторонних отношениях стран региона присутствует спорадизм. Ясно одно, что в сообществах Центральной Азии есть социальный запрос и заинтересованность в реальной экономической интеграции между собою.

[4] Болгова И. Последствия украинского кризиса для Центральной Азии: шок и трепет// http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=5531#top-content

Сыдыкназаров М.К.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

НИДЕРЛАНДСКИЙ ОТКАЗ ПОДДЕРЖКИ СОГЛАШЕНИЯ ОБ АССОЦИАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА С УКРАИНОЙ: ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ И ВЛИЯНИЕ

Результаты референдума в Нидерландах могут привести к кризису всего Европейского Союза. В ходе референдума в Королевстве Нидерландов 61% граждан сказали "нет" ратификации Правительством этой страны Соглашения об Ассоциации Европейского Союза с Украиной. Явка избирателей составила 32%. И, таким образом, превысила законодательно необходимое значение для обоснованности референдума в 30%. Нидерланды в этом году приняли бразды управления Европейским Союзом. Поэтому референдум председательствующей страны не останется без внимания. Фактически это первый серьезный, после инициированного Д.Кэмероном британского демарша, "пробный шар" по будущему Европейского интеграционного проекта, пределов его территориального и странового расширения, подвергания сомнений в обоснованности наднационального верховенства Брюсселя над национально-государственными предпочтениями стран-членов. Нидерланды первыми инициировали и провели подобный референдум, и хотя его итоги не имеют решающего значения, но они все же будут серьезно влиять на общественное мнение ряда европейских стран. Прежде всего стран Бенилюкса, а также стран Центральной и Восточной Европы. О возможном драматизме последствий референдума в Нидерландах ранее предупреждал глава Европейской Комиссии Жан-Клод Юнкер "Нет" Нидерландов может открыть путь к европейскому кризису», - подчеркнул Жан-Клод Юнкер. Лидер евроскептиков и националистической, антимигрантской Партии за свободу, а по совместительству ярый исламофоб Герт Вилдерс (Geert Wilders) ожидаемо тепло приветствовал результаты референдума: "Это вотум недоверия элитам в Брюсселе и Гааге. Это начало конца Европейского Союза". Мусульманам Европы он запомнился благодаря своей жёсткой антиисламской риторике и оскорбительным эскападам в адрес основоположников ислама.

Нужно пояснить, что Голландия была последней страной-членом ЕС, которая не завершила процедуру ратификации Соглашения об Ассоциации ЕС с Украиной. Это тот случай, когда гражданское движение и инициативы в отдельно взятой европейской стране способны менять политический ландшафт, так как инициатива о проведении такого референдума исходила от сатирического портала GeenPeil, собравшего более 400 тысяч. подписей. В свою очередь у истоков идеи референдума в Нидердандах стояла фигура Тьерри Боде (Thierry Baudet), также не скрывавшего своего удовлетворения. Основная идея референдума, по мысли Тьерри Боде заключалась в том, "чтобы предостеречь депутатов от передачи все большей и большей власти в Брюссель, в Евросоюз. Единственный случай, когда народу Нидерландов было позволено напрямую высказаться по данному вопросу, имел место в 2005 г., когда мы провели референдум по отношению к Конституции ЕС. Почти две трети населения тогда сказали «нет». Это вызвало значительный энтузиазм среди евроскептиков. Однако мы получили энтузиазм, а политики все равно продолжали расширять полномочия ЕС"[1]. Опасения, что ратификация Соглашения с демографически большой Украиной и так подхлестнет волну мигрантов с Украины, как это ранее было с Польшей на заре ее вхождения в состав Европейского Союза, также сыграли свою роль в таком раскладе голосов прошедшего референдума: "«На Украине идёт гражданская война. Вместе с дешёвой украинской рабочей силой мы получим массу проблем», — аргументировали свою позицию авторы обращения. Несомненно, что позиции простых голландцев, проголосовавших на референдуме именно таким способом коррелируют со всеми теми проблемами, с которыми столкнулся Европейский Союз в период каденции председательства Люксембурга. А именно: повышение уровня уязвимости безопасности Европы, гуманитарные и экономические проблемы связанные с огромной волной беженцев и

[1] Организатор «антиукраинского» референдума: Я выступаю за демонтаж ЕС. Интервью с Тьерри Боде. http://ukraina.ru/interview/20151013/1014539975.html"

мигрантов с Ближнего Востока, рост терроризма и экстремизма, тренды исламофобии, война на восточных границах Европейского Союза, война в Сирии, конфликт с Россией с вытекающим последствиями для взаимного товарооборота с РФ (Голландия - ведущая европейская сельскохозяйственная держава, один из крупных инвесторов на пространстве новых независимых государств) и др. Каковы его последствия для Евросоюза и для Украины?

Последствия для Европейского Союза. Первое, результаты референдума значительно ослабят процесс европейской интеграции Украины, затмив потенциальные выгоды от двустороннего европейско-украинского экономического сотрудничества на фоне временных, не имеющих жетско системный характер, проблем Европейского Союза. Решительное голландское "нет" ассоциации ЕС с Украиной также льет на мельницу сторонников позиции дискредитации идеи расширения, и демонтажа и без того раздираемого внутренними и внешними противоречиями Европейского Союза. Несомненно, эта новость обрадовала сторонников федерализации Украины, создания на ее территории новых квазигосударственных анклавов. Организаторы референдума использовали рассматриваемое Соглашение как предлог для внутриполитического обсуждения вопроса о будущем европейской интеграции. Итоги референдума можно трактовать как европессимизм нидерландцев, недовольство в целом процессами европейской интеграции. Согласно законодательству этой страны, Парламент имеет право сохранить в силе ранее уже им решение. Нидерланды первыми инициировали и провели подобный референдум, и хотя его итоги не имеют решающего значения, но они все же могут повлиять на общественное мнение ряда европейских стран. Прежде всего стран Бенилюкса, и стран Центральной и Восточной Европы. Это решение также повлияет на условное торможение процессов "европеизации" Украины в сознании европейцев, т.е. ее ассоциированного членства в ЕС. Марк Рютте, премьер Нидерландов, своими высказываниями уже отчасти усилил доводы пророссийских политиков, за неделю до реферундума заявив, что "Украина никогда не должна стать и не будет членом Европейского Союза. Украина должна играть определенную роль - роль буферного государства между ЕС и Россией". Несмотря на голландский вотум недоверия Соглашению, 27 государств-членов Европейского Союза уже ратифицировали Соглашение. Таким образом, независимо от этого, Украина сохранила доступ на рынки Европейского Союза на принципах, оговоренных в экономической части Соглашения об углублённой и всеобъемлющей зоне свободной торговли (DCFTA) как неотъемлемой составной части Соглашения об ассоциации ЕС с Украиной. Итоги референдума также позволят России заручиться, уже аргументированной голландским вотумом, поддержкой в европейских кругах по вопросу блокирования продления санкций. Результаты референдума повлияют на изменение согласованной внешней политики и позиции Европейского Союза. Укрепятся позиции сторонников нормализации отношений с Россией, ужесточения политики ЕС по отношению к Украине, увеличения давления на правительство Украины по замдленности и невысокой эффективности обещанных Киевом реформ. Затормозится уже было набиравший обороты вопрос либерализации визового режима для граждан Украины, так как его решение открыто увязывалось с итогами референдума в Нидерландах.

Последствия для Украины. Членство Украины в Евросоюзе и без голландского референдума не было вопросом ближайшего будущего. Однако с нидерландским плебисцитом - оно несомненно усложнится. Проевропейские украинцы разочарованы. Для Украины, итоги референдума в качестве прецедента, означают в перспективе возможный рецидив в других странах по другим вопросам "украинской повестки". Горячая фаза эскалации прошла, и ряд европейских политиков националистического толка, а также те, кто последовательно стоял на пророссийских позициях, будут призывать оценивать экономические потери от взаимных европейско-российских санкций. Голлданское "нет" - это отчасти ослабление солидаристских позиций Европы и США по украинскому вопросу. **У**краинским властям нужно придать динамику проводимым реформам, искоренять коррупцию, сформировать более дееспособный кабинет министров, найти решение проблеме конфликту на Юго-Востоке, не упустив историческое время и имеющийся пока все еще большой процент поддержки населения. Иначе количество соневающихся и европскептиков будет увеличиваться и в собственной стране. Приведя к тому разочарованию, которое сопровождало итоги Оранжевой революции. Проукраинские позиции были сильны в Европе фактически до начала эскалации конфликта в Сирии и проблем беженцев, серии терактов, когда украинский кейс отошел на

второй план в европейской повестке, отчасти потерял острую актуальность. Укрепятся позиции консервативных политических групп в Украине, выступающих против модернизации основных институтов украинского государства, а также второе дыхание получат украинские евроскептики и европессимисты, занимающие после Евромайдана на политической сцене Украины маргинальные позиции. Теперь их доводы будут подкреплены голландским вотумом, что позволит им говорить о том, что "Украину в Европе никто не ждет", подвергать сомнению целесообразность реализации Соглашения об ассоциации, а также необходимости продолжения реформ, ранее согласованных с Международным Валютным Фондом. Соответственно усилится более весомыми аргументациями риторика сепаратистов и их идеологов на востоке Украины. Референдум несомненно повлияет на уровень доверия к проевропейским политическим группам в Украине, лидером которых является действующий президент Петр Порошенко. Поэтому вполне вероятным видится дальнейшее снижение общественной поддержки интеграции Украины с Европейским Союзом и НАТО. Жесткое "нет" Нидерландов повлияет на укрепление сторонников внеблокового статуса Украины, тех, кто ратовал за внешнеполитическую модель по образцу швейцарской нейтральной.

Предент плебисцита в Нидерландах тем и опасен, что может стать рецидивом, на волне подъема антимигрантских, ультранационалистических сил в Европе, а также общей усталости и разочаровании в европейском проекте, которые перманентно сповождают политические процессы в Европейском Союзе, ослабив позиции Украины на общеевропейской политической площадке.

Шабайкович В.А., Перепічка Є.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВІРТУАЛЬНА РОЗРОБКА НОВОЇ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

Віртуалізація[7] відома вже досить давно і лише тепер починає застосовуватись у різних галузях, наприклад у економіці [1]. У зв'язку з розвитком комп'ютеризації віртуалізація стала навіть «*модною*» в ІТ-середовищі[8], незважаючи на її велику витратність реалізації, що її застосування – це круто, сучасно та потрібно усім, оскільки віртуалізація дозволяє на високому рівні ефективно вирішувати питання швидкого одержання оптимальних рішень при мінімальних витратах.

Концепція віртуальної розробки не тільки технічних рішень, але і економічних полягає в одержанні динамічного віртуального образу на комп'ютері інтерактивних середовищ, які включають в себе набір технічних, програмних і апаратних засобів, а також моделюючих, інформаційних і інтелектуальних ресурсів для забезпечення високої якості об'єктів віртуальної розробки, тобто податкової системи (ПС) при мінімальних витратах за рахунок оптимального управління станом вказаних середовищ. Головним при цьому є можливість перегляду на комп'ютері віртуальної реалізації розробленої ПС, а також її майбутнє функціонування. Створюється майже ідеальна ситуація, коли при відсутності реальних опрацювань відкривається можливість розробки з її віртуальними прототипами. На підставі одержаних результатів функціонування віртуальної ПС з метою підвищення її ефективності можна вводити необхідні зміни вже при її матеріалізації. Ні одна з відомих традиційних методик не забезпечує одержання таких ефективних результатів [2].

Загальновідомо, що ПС є стрижнем економічної, до 70-80% наповнює бюджет країни, має бути джерелом розвитку економіки, але на жаль є і джерелом бюджетних крадіжок. Аналітики Світового банку оприлюднили глобальну доповідь «*Податкові платежі – 2011*», в якій вже тоді податкове законодавство України було признане одним з найгірших у світі. Пройшло майже 5 років, а ПС стала ще гіршою, що навіть прогнози її покращення невтішні. Верховна рада 24.12.2015 року вночі о 4 годині (?!) ухвалила деякі зміни до ПС, збільшивши податкове навантаження, ще більше погіршивши стан економіки. Мабуть це комусь вигідно, в першу чергу олігархам.

За 10 років з України з-за недолугого та недосконалого податкового законодавства за даними "*Global Financial Integrity*" нелегально вивели 116,762 млрд доларів в офшори , тобто в середньому по 11,76 млрд дол на рік. При цьому, Україна вважається державою, з якої виводяться найбільше коштів. Вже давно на слуху звучить, що на Україні є кладовище реформ і гора цифр, і все це продовжується далі, хоча ВР робота уряду 15.02.2016 року була визнана незадовільною, але уряд у відставку не відправили, даючи змогу далі продовжувати розвалювати економіку та красти бюджетні кошти. Вказані факти однозначно підтверджують, що розробка ПС є надзвичайно актуальною та важливою і це єдиний вихід з штучно створеного олігархами становища.

Сутність нової ПС полягає в ліквідації всіх видів податків на стадії виробництва для виробників продукції та перенесення їх на покупців, що знижує собівартість, а значить і ціну продукції, сприяє збільшенню наповнення бюджету та соціального захисту населення. Наповнення бюджетів усіх рівнів досягається за рахунок введення державної надбавки (ДН) на загальний обсяг реалізованої продукції. Нова ПС ламає стереотипи, які формувались століттями і багатьма не сприймається. Ця інформація вводиться в комп'ютер з використанням програм віртуалізації.

При покупці продукції касовий апарат друкуватиме на чеку величину ДН і розподіл на місцеві та державний бюджети. При реалізації продукції промисловими підприємствами суб'єкт продажу сплачує ДН двома «платіжними дорученнями» з розподілом на державний та місцеві бюджети. При цьому кожен бюджет матиме окремий рахунок у державних банках. Наприклад, надходження коштів у місцевий бюджет акумулюватиметься безпосередньо на банківському рахунку міста, селища, села чи іншої адміністративної одиниці.

Пропонується алгоритм м'якого механізму поетапних дій віртуалізації, який вводиться в комп'ютер:

1. На перші 1–2 місяці для всіх резидентів відміняється тільки податок ПДВ з одночасним введенням податку на покупку - ДН 20% від суми реалізації кінцевого виду продукції.

---

[7] надання набору обчислювальних ресурсів або їх логічного об'єднання, абстраговані від апаратної реалізації та забезпечення при цьому логічну ізоляцію обчислювальних процесів, які виконуються на одному фізичному ресурсі.

[8] це сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі інформації, а також політичні, економічні та культурні умови реалізації процесів інформатизації.

2. Проводиться моніторинг податкових надходжень та їх аналіз, коректуються отримані дані. Одночасно виконується адміністрування податкових надходжень.
3. Усі інші податки на етапах 1–2 залишаються, але при цьому після впровадження першого етапу проекту ПС передбачається різке збільшення податкових надходжень до бюджету.
4. На цьому етапі впровадження нової ПС зменшується податок на прибуток на 50% від чинної на даному етапі ставки з виробників продукції.
5. Проводиться моніторинг податкових надходжень, їх коректування.
6. Далі зменшуються на 50% усі діючі за старою ПС види податків з виробників товарів і послуг.
7. Ліквідуються всі інші чинні за старою ПС види податків з виробників товарів і послуг.
8. Проводиться моніторинг податкових надходжень і ефект від упровадження нової ПС.

Нову ПС можна вважати інноваційною, оскільки вона забезпечує додатковий ефект у вигляду збільшеної суми податкових надходжень. Очевидно, що при цьому необхідний правильний законодавчий супровід.

На комп'ютері можна виконати необхідні розрахунки віртуальних податків, які підтверджують ефективність нової інноваційної ПС. Такий розрахунок бюджетних надходжень за 2014 рік у межах держави, на основі даних Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень [3] показує, що Державний бюджет України на основі чинної ПС у 2014 році виконаний: за доходами на суму 455,9 млрд грн [3, с. 27], а за видатками на суму 523 млрд грн за відповідного дефіциту бюджету [1, с. 41]. Фактичні витрати бюджету на погашення та обслуговування державного боргу становили 171,8 млрд грн [1, с. 39]. Як вказувалося раніше, згідно з ПС бюджет формується за рахунок податку ДН з обсягу реалізованої продукції. За даними Державної служби статистики України обсяг реалізованої товарів, послуг) суб'єктів господарювання за регіонами у 2014 році, з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців становив 4 459 702 млн грн. [3,4]. При впровадженні ПС і ДН 20% з реалізації кінцевого виду продукції - 4459,7 млрд грн державний бюджет України 2014 року становив би 891,9 млрд грн. Надходження до бюджету при впровадженні ПС у масштабах держави були б збільшені в 1,96 рази, тобто майже у двічі.

Фактично бюджетні надходження були б ще більшими, якщо б економіка вийшла із тіні, куди її загнали можновладці. За даними заступника міністра фінансів *О. Макеєва* «Якщо ми говоримо про офіційні дані, то за оцінками Мінекономрозвитку тіньова економіка становить 42%», а фактично у деяких галузях економіки значно більше [3,4]. Приймаючи, що на першому етапі 50% у порівнянні з 42% - це наближено становить 840 млрд грн, з яких податок від реалізації становитиме 84 млрд грн. Впровадження нової інноваційної ПС потребує нового механізму адміністрування податків, але зі значним зменшенням податкової "челяді".

Для практичної реалізації віртуальної розробки економічних, як і технічних рішень необхідна організація сучасних програмних науково-дослідних лабораторій чи навіть організацій, розробки і тиражування потрібного програмного забезпечення, обладнання та оснащення, підготовки висококваліфікованих кадрів тощо. На це буде потрібно значне фінансування з боку держави, що в найближчому майбутньому в Україні практично неможливе. Тому завданням сьогодення є подальша розробка інформаційної бази, часткового програмного забезпечення, особливо віртуальної реалізації розробок. Найближча така комплексна ще не закінчена науково-дослідна лабораторія знаходиться в Жешові (Польща) на заводі WSK. Якщо б Україна мала хоча б одну таку лабораторію і пропускала через неї всі «реформи», то мала б шанс стати одною з розвинутих країн світу.

1. Чекмарев В. В. Виртуальная экономика: время больших ожиданий //Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2002. № 2. С. 94-102. 2. Алексеев И. Н., Чекмарев В. В. Виртуализация экономических отношений /Под общ. ред. Мажара Н. Е., Чекмарева В. В. Кострома-Смоленск, 2005. - 140 с. 3. Перепічка Є. В. Нова економічна стратегія –Львів: «Сполом», 2010.–34 с. 4. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2014 р. Інститут бюджету та соціально-економічних досліджень. [Електронний ресурс] / Доступний з:. http://www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Monitoring-20Quarter2014/ukr/KV_IV_2014_Monitoring_ukr.pdf.

СЕКЦІЯ 3.
ІННОВАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Бондаренко Ю.Г., Поляк Н.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність одне з найбільш вживаних термінів на технологічно-сучасних та успішних підприємствах світу. Саме конкурентоспроможність, на наш погляд, є генератором НТП, який змушує підприємства, особливо малого та середнього бізнесу, інтенсивно провадити пошук переваг своєї продукції над продукцією конкурентів. Безумовно, в даній ситуації на допомогу підприємствам приходять інновації. Інновації виступають як засіб вирішення проблеми, як можливість створити додану вартість до продукції, яка вже певний час існує на ринку і втрачає свої ринкові переваги, поступаючись тим конкурентним перевагам аналогу, з яким вийшов конкурент. Це постійний кругообіг, в якому рухається весь бізнес, і який в один особливий день, дякуючи лише одній інновацій технології, переходить на вищий рівень цього кругообігу. Прикладом використання таких інноваційної технології у сфері інтернет зв'язку може стати реалізації функції WI-FI, яка зробила велетенський крок у спрощенні та розширенні можливостей підключення до інтернету різних пристроїв. Таким самим прикладом є розвиток та вдосконалення мобільного зв'язку, сфери IT-послуг, комп'ютерів, смартфонів, iPhone, iPad та інших засобів обміну інформації. Такий багаторівневий розвиток необхідний для вдосконалення продуктів та технологій, які вимагають створення нових інноваційних рішень та нових інноваційних технологій, що у підсумку штовхає НТП на новий виток розвитку.

Ключові інноваційні технології (Key Enabling technologies, скорочено KETs), поєднують в собі шість технологій: мікро- і наноелектроніку, нанотоехнології, промислову біотехнологію, передові матеріали, фотоніку і передові технології виробництва.

KETs є важливими, оскільки вони знаходять застосування у різних сферах суспільної діяльності та сприяють вирішенню проблем, що до цього часу не могли бути вирішеними. Країни, що використовують ключові інноваційні технології (KETs) стають передовими і займають чільні позиції серед країн з стабільною та потужною економікою.

За допомогою ключових інноваційних технологій підприємства малого і середнього бізнесу можуть впроваджувати новітні технології для модернізації виробництва, розвитку та покращення продуктів чи послуг, а також збільшення їх конкурентоспроможності, що сприятиме виходу їх на нові ринки. На сьогодні виготовлена із застосуванням ключових інноваційних технологій продукція становить 19% загального європейського виробництва. Це допомогло створити 3,3 мільйони робочих місць (11% ринку праці в Європі залежать від виробництва) [1]. Адже за допомогою інноваційних технологій можна створити продукти, що будуть високої якості та конкурентоспроможності, та які займуть свою частку на ринку. Це буде стимулювати створення та розвиток малих та середніх підприємств, збільшення обсягів їх виробництва. Малі та середні підприємства є одним із дійових засобів вирішення першочергових соціально економічних проблем. Серед них можна навести: прискорення структурної перебудови економіки, забезпечення насиченості ринку товарами і послугами, створення конкурентного середовища, створення нових робочих місць шляхом самозайнятості, забезпечення ефективного використання місцевих сировинних ресурсів тощо [2, с.163].

Однак, не всі малі та середні підприємства мають доступ до таких технологій. Для інтеграції таких підприємств у простір інноваційних технологій створено спеціальні центри, близько ста вісімдесяти семи у Франції, Німеччині, Іспанії, Італії, Португалії тощо. [1]. Одним з успішних прикладів таких центрів є центр The Warwick Manufacturing Group (WMG), створений при університеті Warwick у місті Ковентрі, Великобританія. Пол Вокер, операційний менеджер заводу,

що розташований поруч з Ковентрі, де виготовляють тепло- та звукоізоляційні матеріали для найбільших автовиробників розповідає, що вже два роки їх компанія співпрацює з групою із університету Warwick. Результатом стали абсолютно нова продукція, що була виготовлена з інноваційних матеріалів. Це було досягнуто завдяки спеціальному розробленому додатку для смартфонів. Пол Вокер зазначив, що мати на підприємстві свої інноваційно-дослідні відділи це дуже дорого, а завдяки університету вони змогли використати вже готову надану їм інформацію. [1]. The Warwick Manufacturing Group не тільки допомагає малим та середнім підприємствам використовувати інноваційні технології, він також залучає до цієї діяльності стажерів - молодих докторів з інновацій, аби вони набували досвід та можливо навіть отримали на цих підприємствах постійну роботу. Завдяки усім цим зусиллям компанія, з якою співпрацювала WMG, не тільки змогла модернізувати своє виробництво та покращити якість своїх продуктів, а й розширити виробництво та створити філії у Німеччині, Швеції та Індії. Це підтверджує той факт, що інноваційні технології можуть не тільки покращувати якість продукції, але й розвивати та зміцнювати економіку держави загалом, збільшуючи кількість робочих місць, підвищуючи конкурентоспроможність продукції, знижуючи собівартість продукції чи послуг, інше.

Ще одним успішним прикладом співпраці університетів з малим і середнім бізнесом є Силіконова долина у Каліфорнії. Вже більше п'яти десятиліть спільна співпраця у регіоні призвела до виникнення і розвитку нових технологій, зробила переворот, налагодивши успішну співпрацю бізнесу та навчальних закладів. Зараз на території долини розташовано близько 20 найбільших світових компаній, що займаються сферою високих технологій, тисячі малих і середніх підприємств. Силіконова долина стала центром високих технологій і сприяла виникненню таких відомих компаній як Hewlett-Packard, Apple Computer, Intel, Advanced Micro Devices (AMD) і т.д. [3, с.82].

Отже, Україні варто використовувати світовий досвід, в тому числі досвід Європейської спільноти, щодо сприяння розвитку малих та середніх підприємств за рахунок використання KETs та створення центрів, на кшталт WMG. Адже, це сприятиме розвитку таких підприємств, збільшення їх конкурентоспроможності та зміцнення економіки в цілому. Утворення таких груп при університетах зможе по-перше, розвивати малий та середній бізнес, по-друге, залучати до роботи молодих фахівців, які б набували досвіду роботи, і по-третє, до таких груп будуть залучені працівники університету, які у процесі роботи могли б також набувати нових знань, адже інноваційна діяльність передбачає постійний розвиток і, таким чином, могли б навчити новому своїх студентів.

1. Ромбі С. Ключові інноваційні технології - новий поштовх до малого та середнього бізнесу [Електронний ресурс] / С. Ромбі // Планета Бізнес, 11.01.2016.– Режим доступу: http://ua.euronews.com/2016/01/08/the-importance-of-key-enabling-technologies-for-smes – Назва з титул. екрану. 2. Мадрига Г. М. Поняття, місце і роль малих підприємств в економіці: економічні та соціальні аспекти / Г. М. Мадрига // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2013. – № 767 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 154–163. 3. Даньків Й. Я. Співпраця університетів і підприємств на сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин України [Електронний ресурс] / Й. Я. Даньків, М. С. Попович, Ю. Я. Волошина // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер : Економіка. - 2013. - Вип. 4. - С. 81-84. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2013_4_17.

Волоснікова Н.М.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ІНТЕГРОВАНОЇ ЛОГІСТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ

Оптимізація управління фінансовими потоками, як ключовим аспектом логістичної діяльності; досягається шляхом залучення та розподілу фінансових ресурсів, що реалізуються у фінансових потоках інтегрованої логістизації процесів на підприємствах. В даний час при підготовці, організації та управлінні логістичними процесами важливо дотримуватися ряду вимог до таких параметрів фінансових потоків, як достатність, економічність та надійність. Особливо актуальним є вимога узгодженості матеріальних, фінансових, інформаційних та інших видів ресурсних потоків інтегрованої логістизації процесів на підприємствах. Для забезпечення відповідності перерахованим вимогам необхідний розвиток наукових розробок, щодо складання раціональних схем руху фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів на підприємствах, механізму оперативних коригувальних впливів на потоки, що володіють гнучкістю та враховують зміна у економічному середовищі.

Фінансову діяльність підприємства можна розглядати як комплекс динамічних відносин як всередині підприємства, так і з навколишнім середовищем. Управління таким комплексом, тобто процесами формування, розподілу і використанням фінансових ресурсів, нерозривно пов’язане з управлінням логістичною діяльністю на підприємствах. Останнє визначають напрямок та обсяги їх використання.

Складність процесів розподілу, формування, використання фінансових ресурсів підприємства спричиняє необхідність підвищення якості управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів. Результатом такого управління є визначення стратегії і тактики фінансового забезпечення підприємства. Під фінансовою стратегією розуміють загальний напрямок і спосіб використання фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів для досягнення поставлених цілей. Цьому сприяє певний набір правил і обмежень для прийняття рішень. Тактика – це конкретні методи для досягнення поставленої мети в конкретних умовах. Завданням тактики управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів є вибір оптимального рішення, що дозволяє оперативно управляти фінансовими потоками.

Основними завданнями системи управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів на підприємствах є:

- оцінка впливу зовнішнього середовища на функціонування логістичної системи;
- узгодження стратегії і практики;
- управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів на підприємствах і вибір оптимальних ринкових критеріїв прийняття рішень.

Управління фінансовими потоками в сучасних умовах призводить до формування специфічної функції – контролінгу фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів, що передбачає комплексне вирішення відповідних фінансових проблем, обумовлених як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками. Контролінг фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів передбачає адаптацію стратегічних цілей до постійно мінливих умов зовнішнього середовища, узгодження фінансових потоків, координацію фінансових планів за різними процесами, створення адаптивних систем контролю виконання планів. Поява таких нових функцій, як розширення спектра функціональних завдань пов’язано, перш за все, зі зростанням фактора невизначеності, неповноти апріорної інформації в системах управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів. Це пояснюється такими основними причинами:

- невизначеність і недетермінованість фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів;
- висока вартість отримання релевантної інформації;
- неповнота інформації в зв’язку з наявністю конкурентної ситуації.

Облік неповноти інформації призводить до необхідності застосування адекватних сформованим умовам функціонування підприємства методів фінансового управління інтегрованою логістизацією процесів. Перш за все, вибір стратегії управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів на підприємствах здійснюється на основі ймовірних моделей різних економічних об'єктів. Однак, якщо в детермінантній теорії фінансового планування план означав остаточне рішення, то в умовах нестаціонарного зовнішнього середовища це зовсім не остаточні властивості плану. Припускаючи, що фінансова інформація постійно збільшується в часі, в просторі, в ієрархії управління, доцільно використовувати дану додаткову інформацію, причому таку можливість треба враховувати при укладанні планів за допомогою адаптивності останніх. У зв'язку з цим важливими стають такі поняття, як доцільність очікування прийняття остаточних планів, меневренність дій, певна ступінь гнучкості планів [1].

Адаптація до середовища, яка характеризується високою невизначеністю, дозволяє фінансовим потокам інтегрованої логістизації процесів забезпечувати досягнення деяких істотних цілей в умовах недостатньої апріорної інформації про середовище. У процесі пристосування можуть змінюватися як кількісні характеристики системи, так її структура. Чим більше істотні зміни в середовищі, тим глибше перетворення структури, які відбуваються при адаптації до нових умов. Іншими словами, адаптація - це накопичення і використання інформації для досягнення оптимального в деякому сенсі стану або поведінки фінансових потоків інтегрованої логістізації процесів підприємства при початковій невизначеності та зовнішніх умовах [1].

Адаптивні властивості фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів в значній мірі залежать від майбутніх загроз і регулюючих впливів. Тому в адаптивних фінансових потоках підстроювання параметрів фінансового плану слід здійснювати не тільки за результатами реального функціонування, але і на основі результатів імітації реалізації фінансового плану. Виділення параметрів, що настроюються здійснюється за такою схемою. На початку, виділяються показники, за допомогою яких оцінюється стан фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів підприємства, а також настроюються параметри, що регулюють швидкість рух фінансових потоків. Потім будуються алгоритми оцінки параметрів вказаних завдань, в яких, в свою чергу, виділяються параметри, що настроюються.

Тому перед підприємствами постає завдання оцінки і прогнозування стану фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів в умовах дії загроз з метою підвищення швидкості адаптивної реакції на їх негативні впливи в режимі реального часу. Рішенням даної задачі є розробка системи антисипативного фінансового управління, спрямованої на аналіз внутрішніх і зовнішніх загроз і розробку комплексу захисних заходів щодо їх усунення або мінімізації втрат, викликаних їх впливом. Виходячи з цільової спрямованості, основними завданнями системи антисипативного управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів є:

- моніторинг параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства;
- рання діагностика кризового розвитку фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів;
- виявлення домінуючих фінансових загроз інтегрованої логістизації процесів;
- оцінка пролонгованої дії загроз інтегрованої логістизації процесів;
- оцінка можливостей підприємства по локалізації або нейтралізації дії загроз;
- вироблення захисних заходів, які необхідно вжити для усунення загроз чи мінімізації втрат.

Наявність контуру антиципації в фінансових потоках інтегрованої логістизації процесів значно розширює адаптивні можливості підприємства і, як наслідок, сприяє підвищенню рівня його конкурентоспроможності за рахунок збільшення швидкості і зниження вартості адаптивної реакції на негативні впливи зовнішнього середовища.

Для подальшого дослідження кількісних і якісних характеристик організаційної структури фінансових потоків інтегрованої логістизації процесів на підприємствах та її елементів необхідно провести алгоритмізацію управління фінансовими потоками інтегрованої логістизації процесів та розробити методи формалізованого опису алгоритмів впливу інституційного середовища на інтегровану логістизацію процесів на підприємствах.

Гавран В.Я., Криловецька В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Стан туристичної галузі визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в Україні. Значний туристичний потенціал України свідчить про необхідність вироблення чіткої інвестиційної політики, стратегічними цілями якої повинні бути: формування сприятливого іміджу країни, її туристичних регіонів; створення законодавчої бази та забезпечення гарантій інвестиціям в туристичний бізнес; створення сприятливого інвестиційного клімату.

Інноваційна активність туристично-рекреаційних підприємств передбачає оцінку вкладання інвестиційного капіталу в розвиток нових видів туризму, розробку новітніх туристичних маршрутів та способів відпочинку. Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну і приводять до позитивних зрушень, забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні. Однак необхідно зазначити, що впровадженню інновацій в туризмі значний вплив надають політико-економічна ситуація в країні, соціальне становище населення, національне законодавство, а також міжурядові та міжнародні угоди.

Інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових сегментів туристично-рекреаційного ринку, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, залучення сучасних методів і форм управління суб’єктами туристично-рекреаційної діяльності.

Поява сучасних засобів інформації та зв'язку справило глибокий вплив на туристично-рекреаційну діяльність і суттєво змінила технологію менеджменту. Таким чином, відбувається інтеграція інформаційних суспільних інструментів і послуг у всіх видах туристичної діяльності. Використання інформаційних технологій що ілюструють інноваційну діяльність і напрям подальшого розвитку для туризму є: запровадження мобільного Інтернету, електронних каталогів пропозицій, автоматизація і доступність довідкової інформації, розробка нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення і програмні рішення, соціальні інформаційні мережі, зручні платіжні системи.

Таким чином, інновації та нові інформаційні технології стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та активізації обмінів з іншими пов'язаними секторами економіки.

В умовах наявних економічних загроз вітчизняним суб’єктам туристично-рекреаційної діяльності вкрай важливо використовувати прогресивні моделі організації туристичного обслуговування та підвищення якості послуг, оптимальне використання наявного ресурсного потенціалу та його розширення, проведення рекламно-інформаційних заходів для підвищення поінформованості населення щодо можливостей рекреації, відпочинку та оздоровлення в Україні.

Інфляційні процеси в економіці та зменшення купівельної спроможності споживачів туристичних послуг можуть відбуватися на фоні загального скорочення підприємницької активності суб’єктів туристичної діяльності. Проте, туризм швидко відновлюється, позитивна динаміка спостерігається вже на наступний, після кризового, рік, що засвідчує про надзвичайну стійкість туристичного попиту, який коливається під дією загрози безпеки подорожей.

Отже, створення і впровадження інновацій є необхідно в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності повинно сприйматися як умова виживання і пошук нових можливостей.

1. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / За заг. ред. професора В.Г. Герасименка. – Одеса :Астропринт, 2013. – 304 с. 2. Саух І.В. Державне регулювання розвитку туризму: сутність поняття та проблеми визначення / І. В. Саух // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4 (154). – С. 54 – 59. 3. Єрмаченко В.Є. Концептуальні підходи до визначення загроз розвитку туризму в Україні / В.Є. Єрмаченко // Проблеми економіки. – 2015. – № 1. – С. 79 – 84. 4.Маркіна І. А. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери / І.А. Маркіна, В.М. Маховка // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 135 – 142. 5.Глоба С. В. Інноваційна складова моделі регулювання туристичної діяльності на регіональному рівні / С. В. Глоба, В. В. Левченко // Економіка і регіон. - 2012. – № 2. – С. 84-88.

Гаряга Л.О.
Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ “Університет банківської справи”

СУЧАСНІ ВИДИ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Сучасний розвиток економіки України відбувається під впливом великої кількості дестабілізуючих факторів, що загострилися як всередині країни, так і у світі. Не встигнувши оговтатися від фінансової кризи 2008-2009 років, Україна невдовзі опинилася у надзвичайно складних обставинах: політична криза, конфлікт у Криму на та Сході, нестабільність у банківському секторі, значна девальвація національної валюти, погіршення інвестиційної привабливості, високий рівень реальної інфляції, зменшення платоспроможності населення, проблеми реального сектору економіки, що пов’язані із недостатністю фінансування тощо. У таких умовах український бізнес та фінансові установи починають пошук прийнятних інструментів фінансування, які б задовольняли усі сторони цього процесу.

Традиційними видами фінансування підприємств є наступні: внутрішнє фінансування (нерозподілений прибуток, докапіталізація, кредитування під заставу депозиту, інші власні джерела); банківське кредитування; комерційне кредитування. Порівняно нещодавно для українського бізнесу стали популярними факторингове, лізингове, проектне, експортне фінансування, яке надається як банківськими, так і спеціалізованими фінансовими установами. Кожен вид фінансування має свої переваги та недоліки, що визначають його популярність серед користувачів. Важливим критерієм отримання фінансування для суб’єктів підприємницької діяльності завжди була його вартість. Традиційні кредитні ресурси стали недоступними через їх дороговизну для більшості суб’єктів підприємницької діяльності в Україні.

Кризова ситуація підштовхнула фінансові установи до розширення спектру банківських продуктів та використання закордонного досвіду у задоволенні потреб клієнтів. Так, виникла ідея більш активного просування на ринку інструментів без ресурсного фінансування, до яких належать банківська гарантія, акредитив, торговий кредит, вексель, інкасова форма розрахунків. Ці інструменти фінансування бізнесу не є принципово новими, проте в Україні серед інших банківських операцій частка їх використання є незначною. У такій ситуації банки активно просувають відносно нові банківські продукти безресурсного фінансування, які є значно дешевшими та мають ряд переваг порівняно із іншими видами фінансування.

Так, якщо порівняти банківську гарантію та традиційний кредит, то можна виявити, що останній є у декілька разів дорожчим для клієнта. Також існують ряд інших переваг гарантованих платежів для покупця товарів (послуг).

Переваги використання банківської гарантії для покупця є наступними:

– можливість оплати товару частково або повністю в межах наданого ліміту навіть за відсутності вільних коштів;

– можливість укладання угод без передоплати та придбання більшої кількості товару;

– самостійне призначення дати платежу;

– мінімізація ризику неотримання товару від нових партнерів та ін.

Важливою перевагою вищезазначеного інструменту є можливість обслуговування зовнішньоторговельних угод на суму, що може у декілька разів перевищувати суму самої угоди. Банками пропонуються декілька видів гарантій, щоб клієнти могли обрати прийнятний для себе варіант: тендерна гарантія, банківська гарантія для туроператора та агента, платіжна гарантія, гарантія повернення авансового платежу.

Таким чином, для підтримки конкурентоспроможності на належному рівні представники вітчизняного великого, середнього та малого бізнесу на власний розсуд мають можливість використовувати досить широкий спектр інструментів щодо фінансування власного бізнесу. Останнім часом банківські установи пропонують значну кількість інструментів безресурсного фінансування, що стає вигідною альтернативною традиційним методам фінансування підприємств.

Дацко М.М., Кузьо Н.Є.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПАКУВАННЯ ТОВАРІВ: МІЖНАРОДНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Значне місце серед інструментів маркетингу займає упаковка товару, так як вона є одним із основних показників репутації фірми. В більшості випадків для виробництва упаковок використовують полімерні матеріали. Проте, вагомим недоліком таких упаковок є їх довготривале розкладання (від десяти до сотень років) в навколишньому середовищі. Альтернативою таких упаковок в світі можуть стати інноваційні біоупаковки, виготовленні з природних матеріалів.

Щорічно відходи у побутовому секторі зростають на 50 млн. $м^3$. Упаковка займає близько 35-45% побутових відходів [1]. Захисники довкілля заявляють про екологічну катастрофу у світі. Відповідальність за дану ситуацію несуть як виробники, так і споживачі. Споживачі мають обирати екологічну упаковку, а виробники мають розуміти, що упаковки, склад яких становлять матеріали, які не шкодять навколишньому середовищу, є більш привабливими для споживачів, ніж упаковки із полімерних матеріалів.

В результаті проведених досліджень виявлено, що екологічна упаковка має широкий спектр застосування серед світових компаній на ринку товарів. Однією з таких компаній є «Procter&Gamble». Вона володіє правами таких торгових марок (ТМ), як «Ariel», «Tide», «Head&Shoulders», «Duracell», «Oral B», «Blend-a-med» тощо. Ця компанія вже з 2012 року упаковує продукцію таких ТМ, як «Pantene Pro-V», «Covergirl» і «MaxFactor» в біопластик з етанолу, який виготовлений із бразильського цукрового очерету [2]. Американська компанія «StrausFamilyCreamery» для упакування молока використовує зовнішню упаковку, виготовлену з 100% картону [3]. Також серед свідомих виробників напоїв є компанії «Coca-Cola» та «PepsiCo», які працюють над новими технологіями для виробництва пляшок з біопластику [4]. Серед виробників комп'ютерної техніки - компанія «Dell», яка постачає комп’ютери в «бамбуковій» упаковці [5]. Також про перехід до екологічного упакування своєї продукції заявила всесвітньо відома компанія «Apple» [6].

Маркування тари є носієм інформації для споживача про вміст упаковки товару. Воно дає можливість покупцям дізнатися чи є екологічно безпечною при переробці упаковка товару, який він має намір придбати. В Україні продукція, що отримала екологічний сертифікат міжнародного стандарту ISO 14024 (ДСТУ ISO 14024), маркується на упаковці товару знаком «Зеленого журавлика». Під знаком зазначено також код екологічного стандарту. Даний сертифікат засвідчує, що такий товар є екологічно безпечним для людини та довкілля протягом його життєвого циклу. Ще одним видом маркування упаковки, яка є безпечною для навколишнього середовища є знак «Замкнутий цикл» [7]. Дане маркування означає, що після використання упаковка є придатною для вторинної переробки.

На сьогоднішній день значна кількість українських виробників пройшли сертифікацію та отримали екологічний сертифікат згідно стандарту ДСТУ ISO 14024. Зокрема, ДП «Сантрейд» (ТМ «Олейна») отримала екологічний сертифікат на соняшникову олію. ПАТ «Львівський жиркомбінат» (ТМ «Щедро») отримало екологічний сертифікат на гірчицю та соусну продукцію. Екологічний сертифікат отримала ТМ «EveryDay» на виробництво зернових пластівців. Мед ТМ «Бартнік» також підтвердив свою екологічну безпеку. Серед молочних виробників, одним із перших екологічний сертифікат отримало ТОВ «Гормолзавод». Серед виробників алкогольних напоїв отримали сертифікацію такі товари, як: горілка і настоянки ТМ «GreenDay», коньяки та вина ПАТ «Дім марочних коньяків «Таврія», пиво ТМ «Чернігівське» компанії «САН ІнБев Україна». Також отримала екологічний сертифікат питна вода ТМ «Бон Аква», ТМ «Кока-Кола Беверіджиз Україна». Першим серед виробників шпалер екологічний сертифікат отримало ТОВ «Блок ЛТД». ТМ «Фрекен БОК» отримала сертифікат на виробництво миючих засобів. Знак екологічної безпеки тримала лакофарбова продукція ТзОВ «Снєжка-Україна» [8]. Крім вище перелічених торгових марок на

українському ринку є ще чимало інших виробників, які отримали сертифікат стандарту ДСТУ ISO 14024.

Виробники упаковки продовжують розроблення інноваційних технологій упакування товарів. Зокрема, компанія "Tetra Pak" розробляє упаковку для молочних продуктів, яка за допомогою маленького чіпу, вмонтованого у коробку, дасть можливість споживачам визначити його придатність до споживання. Чіп також міститиме інформацію про походження продукції, процес виробництва та пакування через Інтернет [9].

В 2014 році у сфері інноваційного упакування винайдено «розумну» упаковку для фруктів. Технологію даної упаковки розробили в університеті Брунеля, який вважають одним із найбільш інноваційних університетів Великої Британії. Особливістю інноваційної упаковки для фруктів є вбудований світловий індикатор, який попереджує споживача, що невдовзі на фруктах появиться цвіль [10].

Ще одним винаходом в сфері інноваційного упакування є етикетка «UWI Label», яка призначена для продуктів, що зберігаються у закриті тарі, наприклад консервні вироби. Основним завданням етикетки «UWI Label» є визначення свіжості продукту, тому етикетка вступає в дію в момент відкриття банки з продуктом. По мірі закінчення терміну зберігання продукту, етикетка змінюватиме свій колір з зеленого на червоний колір. «Розумну етикетку» розробив європейський бізнесмен Піт Хіггінз співпрацюючи з ученими шотландського університету «Heriot-Watt University» [11].

Отже, інноваційні технології в наш час набули широко застосування. Так одним із завдань у сфері інноваційного маркетингу є застосування інноваційних упаковок з метою активізації збуту продукції підприємства. Впровадження інноваційної упаковки дозволяє привернути увагу споживача до такого товару, в декілька разів підвищити рівень якості, збільшити терміни зберігання тощо. Правильне застосування маркетинговою службою переваг інноваційної упаковки здатне вплинути на обсяги реалізації продукції, підвищити рівень конкурентоспроможності, сформувати коло лояльних споживачів, і як наслідок, збільшити прибутки підприємства.

1. Відходи - в доходи [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/9076. 2.Біопластик — матеріал майбутнього [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://cikavosti.com/bioplastik-material-maybutnogo. 3.Паперові пляшки: прагнення до екологічності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://article.unipack.ru/35690. 4.Coca-Cola і PepsiCo «позеленішали» від конкуренції [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/coca-cola-i-pepsico-pozelenishali-vid-konkurentsii. 5.Dell переходить на бамбукову упаковку [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/dell-perekhodit-na-bambukovu-upakovku. 6.Apple поволі відмовляється від пластика [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://life.pravda.com.ua/ technology/2016/04/5/210575/. 7.Екологічне маркування в Україні. Управління екології та природних ресурсів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.eco.ck.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=832:2014-09-02-12-1532&catid=43:2009-10-19-14-07-19. 8.Реєстр екологічно-сертифікованої продукції (сертифікати UA.08.002.001 – 428) Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ecolabel.org.ua/ekologichna-sertifikatsiya-ta-markuvannya/reestreco.html. 9.Нова упаковка молочних продуктів контролюватиме їх якість [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http:// www.ukrinform.ua/rubric-technology/1351193-nova_upakovka_molochnih_produktiv_kontrolyuvatime_iih_yakist_1726969.html. 10.Винайдена «розумна» упаковка для фруктів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://knowwoow.com/rizne/3035-vinajdena-rozumna-upakovka-dlja-fruktiv.html. 11. Розумна упаковка для консервів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://pro-biznes.com.ua/zha-ta-napo/rozumna-upakovka-dlja-konserviv.html.

Кацемир Я.В.
Херсонский национальный технический университет

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Одной из актуальных задач сегодняшнего дня является поддержка инновационного пути развития экономики Украины. Развитие сферы услуг в Украине выдвигает повышенные требования к состоянию материально-технической базы и качества сервиса, которые в свою очередь зависят от эффективности инновационных процессов.

Проблемы инновационного развития предприятий бытового обслуживания являются малоисследованными. В значительной степени это связано с тем, что долгое время сфера обслуживания оставалась на периферии научного исследования. В процессе анализа теории и практики управления предприятиями бытового обслуживания были использованы труды И. Т. Балабанова, А. С. Булатова, Ст. Н. Гунина, П. Н. Завлина, СВ. Ильдеменова, А. К. Казанцева, Г. Д. Ковалева, Д. И. Кокурина, В. Г. Мединского, К. Е. Миндель, Ю. П. Морозов, А. В. Пригожий, Е. А. Уткина, Ю Ст. Яковец.

В экономической литературе инновационную деятельность часто связывают с внедрением результатов научных исследований и разработок в практику. Однако содержание понятия «инновация» более широко. Сфера инноваций всеобъемлюща, она не только охватывает практическое использование научно-технических разработок и изобретений, но и включает перемены в продукте, процессах, маркетинге, организации. Инновация выступает в качестве фактора перемены, как результат деятельности, воплощенный в новый или усовершенствованный продукт, технологические процессы, новые услуги и новые подходы к удовлетворению социальных потребностей. [1, с.147]

Согласно Закону Украины «Об инновационной деятельности», под инновациями следует понимать вновь созданные (примененные) и (или) усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукцию или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, существенно улучшающие структуру и качество производства и (или) социальной сферы. Такое определение не позволяет провести разграничение созданных новых технологий, готовых к коммерческому использованию и существующих, которые впервые применяются на конкретном промышленном объекте, что не позволяет определить реальный вклад предприятий в разработку инновационной продукции. С другой стороны предоставленное определение не содержит ударения на обязательности коммерциализации созданных технологий, предусмотрено, что инновационной может быть любое решение, что имеет ожидаемый эффект. По мнению многих исследователей, инновация – это не просто новшество, это – проданное новшество. Инновационный процесс состоит в объединении объектов интеллектуальной собственности с реальным рыночным спросом. [2]

Инновации в бытовом обслуживании являются экономически целесообразными и эффективными при условии, если они приносят предприятию дополнительные доходы, обеспечивающие конкурентные преимущества на рынке, повышают долю рынка, снижают расходы, совершенствуют процесс обслуживания.

Мы определили четыре вида инноваций, которые имеют место в бытовом обслуживании: продуктовые, маркетинговые, ресурсные и организационные (рис. 1).

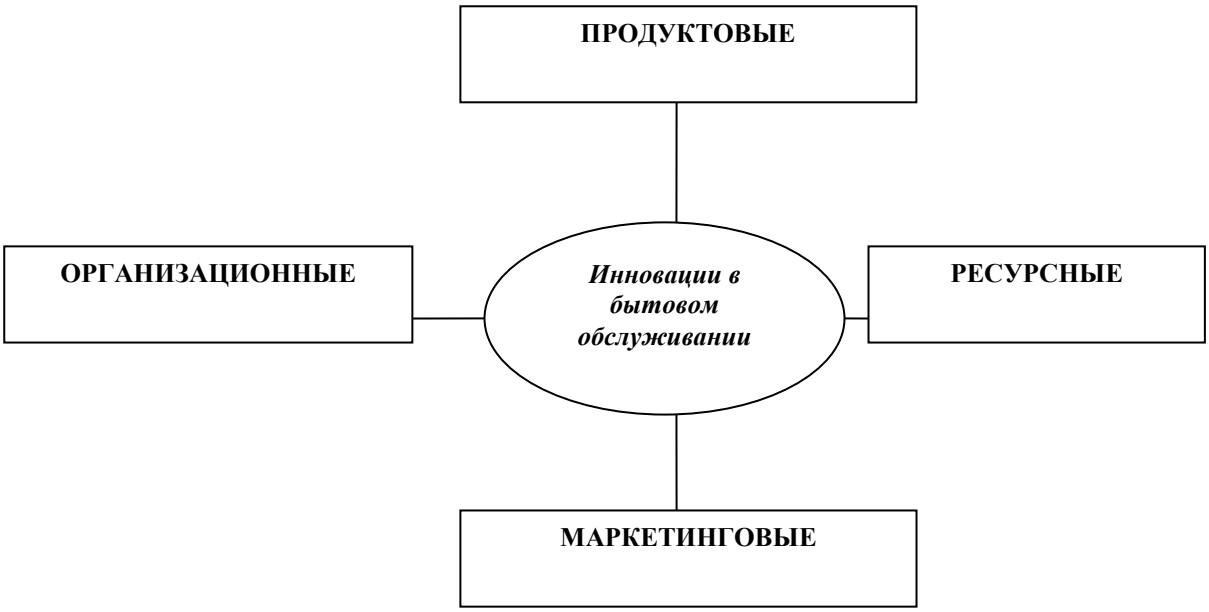


Рис. 1. Виды инноваций в бытовом обслуживании

Продуктовые инновации направлены на создание новых услуг и внедрение новых технологий обслуживания: применение современных клининговых технологий (дозировка моющих средств, низкотемпературная бытовая химия); установление энергосберегающих технологий (автоматические системы отопления, вентиляции и подачи воды); использование экологических материалов; ароматехнология.

Маркетинговые инновации связаны с появлением технологий дистрибьюции в электронных системах заказа, что позволяют в режиме on - line просматривать готовности заказа.

Ресурсные инновации предусматривают применение электронной системы управления предприятием.

Организационные инновации связаны с развитием предприятия бытового обслуживания в системе и структуре управления: новейшие методики обучения персонала, покупка франшизы, создание собственной сети и другие. [3, с.362]

Итак, в условиях современного развития сферы услуг предприятия бытового обслуживания вынуждены искать новые пути повышения привлекательности и доступности своих услуг. Недооценённость инновационного управления в деятельности предприятий бытового обслуживания привела к снижению уровня их конкурентоспособности, нарушению принципов и методов управления, снижению качества услуг. Инновации выступают в качестве стимула для дальнейшего развития сферы бытового обслуживания, дают возможность предприятиям не только занимать лидирующие позиции в своих рыночных сегментах, но и соответствовать мировым стандартам обслуживания.

1. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: ИЦ « Академия », 2007. – 208 с. 2. Ганэчко И. Проблемы развития инноваций в Украине [Електронный ресурс] http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/33819/05-Hanechko.pdf?sequence=1 3. Інновационный менеджмент: уч. пособие / Н.В. Краснокутская . – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.

Копець Г.Р., Рачинська Г.В., Дзюбіна К.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Електронний бізнес (ЕБ) дедалі більше стає ефективним напрямком розвитку діяльності корпорацій, а також взаємодії корпорацій та споживачів товарів, послуг, технологій тощо. Погляди науковців на корпоративну конкурентоспроможність, пов'язану з ним сутність управлінської діяльності часто ґрунтуються на можливості здійснення частини діяльності, трансакційних та інших витрат за допомогою Інтернет-мережі з метою підвищення ефективності спільної взаємодії. Такі технології постійно оновлюються та удосконалюються, а інструменти ефективної співпраці- уточнюються.

Вітчизняні вчені вважають ЕБ одним із важливих шляхів розвитку нових технологій та впровадження їх у суспільне споживання. До важливих передумов підвищення корпоративної конкурентоспроможності за допомогою застосування ЕБ вчені відносять підвищення кваліфікації та рівня підготовки персоналу підприємства, удосконалення стилю управління, підвищення рівня організаційної культури на основі ціннісних підходів [1, с. 11].

Переваги електронного бізнесу для підприємців:

- зниження деяких трансакційних витрат; можливість розширення ринків збуту, сфер діяльності, каналів збуту;
- своєчасне інформування споживача про кількісні та якісні показники, параметричні та функціональні властивості товару;
- ефективне рекламне забезпечення реалізації товарів;
- вплив на свідомість споживача, «моду», створення власної ніші на ринку;
- застосування переваг мобільності, оперативності управлінських рішень;
- удосконалення методів та принципів управління людськими, фінансовими та матеріальними ресурсами [2, с.12].

Проведені дослідження дозволяють узагальнити доцільні інноваційні аспекти розвитку ЕБ:

- зростання питомої ваги продажу інноваційної продукції та технологій, продажу послуг, після продажних послуг та підтримки;
- розширення впровадження даних технологій у фінансовому бізнесі;
- застосування нових бізнес-моделей розвитку ЕБ;
- удосконалення методів електронних розрахунків;
- зменшення рівня повернення товарів за допомогою аналізування збуту та моделювання зворотних матеріальних потоків;
- відношення до розвитку персоналу як до ефективних інвестицій;
- досягнення синергійного ефекту у поєднанні переваг корпоративного та електронного бізнесу;
- соціальна складова ЕБ – підвищення задоволення споживачів інноваційними товарами та технологіями;
- застосування інноваційних технологій закупівель та розрахунків за куплений товар.
- формування ефективної організаційної культури.

При сучасній обмеженості матеріальних та фінансових ресурсів,а також наявності достатньо кваліфікованого персоналу в організації використання переваг ЕБ може стати ключовим фактором успіху корпоративної діяльності. За реалізації вищенаведених інноваційних напрямків розвитку ЕБ конкурентоспроможність підприємства суттєво підвищиться, не вимагаючи надмірних капіталовкладень [1, 2].

1. Усик В. Взаємозв'язок економіки знань та підприємництва: перспективи для України / В. Усик // Управлінські інновації. – 2012. - №2. – С. 9-14. 2. Балик У.О. Електронна комерція як елемент системи світового господарства / У.О. Балик, М.В. Колісник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». – 2014. - № 811. - С. 11-19.

Костюк О.С., Свищ І.А.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК УСПІШНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОШИРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У світі існує багато різновидів вірусів і кожен із них може по-різному впливати на життя людей. Ось, наприклад, біологічні віруси шкодять здоров'ю людей. Комп'ютерні віруси викрадають дані та знищують комп'ютерну інформацію і цим дуже заважають людині для її ефективної роботи з комп'ютером. Маркетингові віруси нав'язують людині різну рекламну інформацію і останнім часом набули великої популярності у світі.

Вірусний маркетинг – це Інтернет-стратегія, яка спрямована на поширення рекламної інформації в основному через соціальні мережі [4]. Вірус повинен бути досить нестандартний і цікавий, але простий і зрозумілий, тобто такий яким би хотілось поділитися з друзями чи рідними. Варто зазначити, що користувач добровільно ділиться з іншими цією інформацією і саме по цій причині він швидко поширюється у мережі [1].

Маркетологу при створенні такого вірусу потрібно проявити всю свою креативність і вміння "грати на людських емоціях". Вірус повинен бути провокаційний і викликати у людини сміх, іронію, обурення, здивування чи можливо навіть ненависть. Існує багато різновидів просування рекламної інформації. Головними із ним можна виділити такі: анекдоти, тексти, відеоролики, фотографії, flash-застосунки, ігри, сайти. Найбільш зрозумілим і звичним видом вірусного розповсюдження повідомлення є анекдоти або чутки. Тут ставиться акцент на бажанні людини ділитися цікавою інформацією з іншими і саме так поширюються чутки. А почувши хороший анекдот чи побачивши смішну картинку ми намагаємося розповісти про них знайомим і ті в свою чергу роблять так само. Маркетологи застосовують смішні відеоролики, які тривають до 5 хвилин, чи музичні кліпи, трейлери до фільмів, відео із записом виступу. А прикладом поширення рекламної інформації через сайти є система Google, яка у період їх першого створення не користувалася рекламою взагалі. Користувачі після того як зайшли на сайт самі ділилися посиланням з його адресом своїм друзям і знайомим. Часто застосовується реклама через ігри, коли користувачам пропонується запросити своїх друзів заради отримання певних привілеїв.

Отже, що потрібно робити, щоб поширити вірус? Для початку потрібно його створити. Заради цього необхідно дослідити вподобання цільової аудиторії. Згодом його поширюють у Інтернеті через соціальні мережі, блоги, форуми, спільноти, відеохостинги (наприклад YouTube). Цю дію називають "посів". Після його маркетингові віруси поширюються серед користувачів. Незважаючи на це його самостійне поширення може тривати досить довго, тому необхідно залучити особливі категорії людей, які будуть грамотно розставляти акценти і зможуть рознести цю новину серед цільової аудиторії. Це є так звані "володарі думок" - люди, котрі є авторитетом серед суспільства. Їх можна поділити на певні категорії, які будуть безпосередньо працювати з користувачами Інтернету. Першою такою категорією є "активатори", які повинні ненав'язливо переконати користувачів у своїй точці зору. Зокрема існують "об'єднувачі", які мають велику кількість контактів з користувачами. А ось "знавці" завжди володіють цікавою і корисною інформацією.

Основних принципів такого маркетингу є багато. Розглянемо декілька з них. Важливим принципом вірусного маркетингу є впевненість людини в тому, що інформаційне повідомлення походить від особи незацікавленої, яка не причетна до рекламної компанії. Зокрема кожен із маркетингових вірусів має дуже короткий термін дії. Тому тут важлива швидкість реагування за подіями та вміння використовувати їх на свою користь. Якщо ж вірусної події немає, то її можна створити самостійно. Важливо застосувати креативний підхід.

Вірусний маркетинг має декілька видів залежно від механізмів їх поширення. Дуже часто виділяють такі види вірусного маркетингу як pass-along. Тут повідомлення передаються людьми власне через інтерес (самостійно без будь-якого стимулювання). Прикладом цього можна назвати смішні відеоролики, якими обмінюються сьогодні практично всі. Іншим видом вірусу є incentivised viral. За його використання припускається нагорода за дію з боку аудиторії. Хороший результат

вийде тоді, коли компанія має дуже добре спланований вірус і значні фінансові кошти, для його реалізації. Ще однин вірус називається undercover. При використанні цього виду вірусу найбільш важливим є створення незвичайного повідомлення, який неодмінно приверне увагу. Після цього зацікавлений сам вирушає на самостійні пошуки, так би мовити, тизерний ефект. Його взагалі вважають найефективнішим видом вірусного маркетингу, попри це він складний у використанні. Тут дуже важливий саме «елемент розслідування». Buzz передається переважно через чутки. Цей вид вірусного маркетингу багато вважають не дуже коректним і іноді згубним, адже головною метою тут є - привернення більшої уваги, при цьому кошти зовсім не мають значення. В Америці це вид застосуються досить часто в оффлайн, так в Голлівуді зірки роблять всякі різні дурниці часто перед виходом нового фільму і взагалі аби не пропасти з очей шанувальників.

При хорошому плануванні і виборі конкретного виду вірусного маркетингу під поставлені цілі і завдання можна отримати відмінні результати і ефективну рекламу, яка виправдає всі витрати і забезпечить гідну прибуток.

Перевагами вірусного маркетингу є те, що він не потребує значних матеріальних коштів для його здійснення і оплачується тільки сама ідея реклами. Рекламна інформація подається невимушено у легкій формі, тому добре продумана і цікава кампанія завжди має успіх. Важливим плюсом маркетингових вірусів є доступність. Кожна особа у будь-який час може дізнатися більше про товар чи послугу, отримати відповідь на поставлені питання та дізнатися думку таких же споживачів, як і він сам. До будь-якої реклами ставляться скептично, але до думки друзів чи знайомих з приводу певного товару ставляться прихильно з довірою. Все незвичне запам’ятовується краще завдяки своїй неординарності [3]. Найголовнішою перевагою здійснення такого здійснення є те, що він формує позитивний імідж в найкоротші терміни. Крім переваг існують також і недоліки такого маркетингу.

Основним недоліком вірусної реклами є ризик. Оскільки в такій нестандартній рекламі застосовуються нові невипробувані ходи і ніхто не може сказати чи будуть вони вдалі. Заради цього потрібно ретельніше планувати рекламну кампанію. Крім цього досить складно спрогнозувати результати, оскільки є непередбачені події, які можуть вплинути на стан населення, такі як криза, стихійні лиха. І тоді блискуче складена рекламна компанія буде марною. Вірусний маркетинг розвивається хвилеподібно і можуть бути як спади так і піки популярності [2]. Звичайно, навіть існують приклади, коли вірусний маркетинг працював проти компанії і поширював негативні чутки. Незважаючи на це вірусний маркетинг широко використовується багатьма компаніями, тому що вигода від нього є вищою.

Отже, сьогодні вірусний маркетинг – це дуже вдала знахідка, бо має кращий показник співвідношення ціни і якості. У зв'язку з цим, особливостями вірусного маркетингу є мінімальний бюджет та використання методу «мозкового штурму» для пошуку нової та творчої ідеї.

1. Барилка І. Вірусний маркетинг – чудовий спосіб просування товару чи послуги [Електронний ресурс] / І. Барилка. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: http://www.jeynews.com.ua/articles/d5/191. 2. Мороз Л. А. Проблеми використання нестандартних методів маркетингових комунікацій [Текст] / Л. А. Мороз // Теорія логістики і маркетингу. – 2010. – №6. – С.109-113. 3. Сова В.В. Маркетингові комунікації підприємств у соціальних медіа [Текст] / В.В. Сова // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 2. – С.276-278. 4. Туренко Ю. А. Вірусний маркетинг – альтернативний підхід у сфері маркетингових комунікацій [Текст] / Ю. А. Туренко // Управління розвитком. – 2011. – № 17(114). – С.93-95.

Крикавський Є.В., Стець О.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРИНЦИПІВ МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ ДИФУЗІЇ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Іманентною характеристикою сьогодення можна вважати той факт, що суспільство в цілому знаходиться в умовах, за яких зміни відбуваються у прискореному, у порівнянні із минулим, темпі. Значною мірою, це обумовлено чинником перманентної дифузії цифрових технологій у все нові і нові сфери людської активності. У зв'язку з цим в сфері маркетингу також відбуваються зміни - виникають нові способи встановлення контакту з цільовою аудиторією. Одна з яскраво виражених тенденцій сучасного маркетингу - залучення потенційних клієнтів в діалог за допомогою різних цифрових каналів комунікацій.

В сучасних умовах маркетологи стикаються з тим, що «старі» маркетингові канали комунікацій втрачають колишню ефективність, нові ж, зокрема такі як цифровий маркетинг, стають все більш популярними. Причиною цього є те, що цифрові канали широко використовуються споживачами в повсякденному житті: вдома і на роботі за допомогою комп'ютерів, планшетів і смартфонів. Таким чином, задля підтримання ринкового успіху, компанії повинні володіти вмінням «доставляти» повідомлення про бренд за допомогою широкого діапазону різних каналів, в тому числі цифрових (сайти, соціальні мережі, мобільні додатки, e-mail-повідомлення, електронні публікації, інтернет-реклама) , з метою охоплення різних груп споживачів з різними уподобаннями щодо того, через які канали вони вважають за краще отримувати інформацію. Цей принцип лежить в основі багатоканального маркетингу (multichannel marketing). Його девіз - «правильний» контент в «правильне» час «правильному» споживачеві найбільш доцільним способом.

Згідно з дослідженням консалтингової компанії «Capgemini Consulting» і Центру цифрового бізнесу при Массачусетському технологічному університеті (MIT Center for Digital Business), компанії, що успішно застосовують всі доступні цифрові канали комунікацій, в середньому на 26% прибутковіше своїх менш прогресивних колег.

Цифровий маркетинг - вид маркетингу, що базується на використанні будь-яких даних в цифровій формі і пристроїв, які їх опрацьовують (комп'ютери, телефони, смартфони та інша сучасна техніка). Таким чином, цей вид маркетингу є одним із найбільш сучасних каналів маркетингової комунікації, що використовують найбільш інноваційні технологічні рішення.

Поняття цифрових технологій включає велику кількість складових: апаратні платформи, операційні системи, мови програмування та засоби розробки додатків, мережеві технології, бази даних та багато інших.

На даний момент існує певний розрив між реальністю в технологіях і знаннями, якими диспонують маркетологи. Цей факт не забезпечує належне стратегічне бачення і зупиняє в прийнятті важливих рішень, в тому числі що стосуються інвестицій, збору і зберігання даних, комунікації з клієнтами, використання соціальних медіа та мережі інтернет. Більшість компаній все ще з обережністю ставляться до таких інновацій. Однак той факт, що попит з боку споживачів, які вже звикли до використання технічних новинок, досить високий, змушуватиме компанії інтегровувати цифрові технології в маркетинг стратегію.

Цифровий маркетинг - це сукупність інструментів просування, при яких задіяні цифрові канали. При цьому, це поняття не слід ототожнювати з інтернет-маркетингом, оскільки цифровий маркетинг може включати в себе такі традиційні канали, як телебачення, радіо і навіть зовнішня реклама.

Іншими словами, можна стверджувати, що Інтернет-маркетинг еволюціонував у цифровий, і сьогодні його умовно можна розділити на два напрями.

Перший безпосередньо пов’язаний із застосуванням цифрового інструментарію для розширення системи маркетингу традиційних підприємств: організація інформаційної взаємодії між співробітниками компанії, замовниками, партнерами, проведення маркетингових досліджень;

просування і продаж товарів через Інтернет, а в разі їх цифрової природи, доставка до покупця; організація сервісного обслуговування і багато іншого.

Другий напрямок пов'язаний з появою нових видів моделей бізнесу, основою яких став безпосередньо сам Інтернет і для яких він відіграє основну роль, наприклад, Інтернет-магазини, торговельні електронні майданчики, віртуальні інформаційні агентства, компанії, що надають послуги для учасників інтернет-ринку, і т . д. Для цих напрямків цифровий маркетинг відіграє не тільки роль нового інструменту, мета якого підвищити ефективність бізнес процесів і скоротити витрати, його завдання - принести безпосередній прибуток.

Суть цифрового маркетингу полягає в залученні аудиторії в онлайн-середовище, хоча його відправною точкою можуть бути і офлайн-канали. Наприклад, спочатку на електронному вуличному екрані може бути показано повідомлення, що відсилає користувача на сторінку бренду в соціальній мережі. Оскільки ця сфера є досить динамічною, нові тенденції так само швидко з'являються, як і втрачають свою актуальність, тому для ефективного контакту з аудиторією брендам доводиться весь час підлаштовуватися під швидко мінливі тенденції. Однак поряд з цією складністю цифровий маркетинг володіє рядом унікальних переваг. Достоїнством і основною перевагою цифрового інструментарію над традиційним є його адресність – користуючись його інструментами можна звернутись безпосередньо до своєї цільової аудиторії

Виходячи з того, що роль споживачів як учасників зростатиме, маркетологам необхідно змістити свій фокус з створення вражень на створення постійної залучення. . Споживач більше не пасивна цільова аудиторія. Залучення - це не тільки довгий період проведення часу на якомусь каналі. Це зацікавленість і емоційна зануреність, коли виникає бажання відповісти і вступити в контакт. Отже, маркетологи повинні стати набагато ближче до потреб кожного споживача, розробляючи індивідуальні пропозиції і послання для кожного з них.

Комплексна робота з аудиторією може бути спрямована одночасно на формування та підтримку іміджу, продажу, підтримку користувачів, збір зворотного зв'язку від них і багато іншого, при цьому інструменти цифрового маркетингу є доступними навіть для малого бізнесу, чого не можна сказати, наприклад, про традиційну ТВ-рекламу.

Цей канал маркетингу оптимальний в тому випадку, якщо потрібна робота з обмеженою аудиторією, яку можна чітко виділити із загальної маси за певними критеріями. Особливо ефективний він у роботі з аудиторія молодше 35 років, оскільки саме цей віковий сегмент найбільш активно користується всіма засобами обміну даними з медіасфери.

Однак, як показує накопичений досвід, незалежно від напрямку в основі успішної діяльності в цифровому маркетингу та використання його інструментів в комерційній діяльності продовжують залишатися ключові принципи маркетингу. Нова процедура тільки трансформує і розвиває додаток цих принципів на практиці.

Криниця С.О.
Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

ПЕРСПЕКТИВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вступ. Завдання підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки вимагає вирішення проблеми активізації інноваційної діяльності українських підприємств. Досвід розвитку економік країн ЄС та США показав важливість малого та середнього бізнесу, орієнтованого на високотехнологічну діяльність. Разом з тим для активізації інноваційної діяльності малих та середніх підприємств потрібна науково обґрунтована система фінансування, яка повинна мати комплексний підхід, враховувати синергічний ефект, виходити з оптимального співвідношення власних і позикових засобів, враховуючи потенціал економіки, можливості наукових, фінансових і адміністративних структур, мати багатоканальний характер.

Метою роботи є аналіз сучасного стану та обґрунтування пошуку альтернативних джерел фінансового забезпечення інноваційної діяльності малих та середніх підприємств в Україні.

Основна частина. Проблема фінансування інноваційної діяльності малого та середнього бізнесу актуальне не лише для України, але і для економічно розвинених країн світу. Для вирішення цієї проблеми уряди забезпечують сприятливі законодавчі умови для створення та розвитку потрібної фінансової інфраструктури [1]. На жаль в Україні її розвиток перебуває на вкрай низькому рівні, про що свідчить не лише фінансування інноваційної діяльності малих і середніх підприємств, але і економіки в цілому. Так досі традиційним інструментом фінансування інноваційної діяльності в Україні лишаються власні кошти підприємств (прибуток та амортизаційні відрахування), що складає 85% загальних джерел фінансування [2]. Разом з тим фінансування інновацій залишається на вкрай низькому рівні, про що можуть свідчити зокрема показники інноваційної активності. Так, наприклад, питома вага підприємств, що займаються інноваціями за весь період з 2000 року не перевищував 18%, а більше половини (66% у 2014 році) загальних витрат складають витрати на придбання обладнання та програмного забезпечення, в свою чергу витрати наукові дослідження та розробки не перевищують 23% [2]. Отже насьогодні фінансування інноваційної діяльності підприємств здійснюється переважно в технологічну структуру реальних інвестицій. Однак сучасні реалії глобалізованого світу вимагають динамічного розвитку економічних суб'єктів, зокрема через фінансування досліджень і розробок, які мають перетворюватися у реальні проекти і впливати на технологічну структуру виробництва.

Все вищезгадане вимагає пошуку нових, а в умовах гострої нестачі традиційних засобів – альтернативних джерел фінансування інноваційної діяльності. Поміж інших можливих джерел фінансування інновацій малих та середніх підприємств виділимо зокрема найвагоміший, який зарекомендував свою ефективність зарубіжною практикою, а саме венчурне фінансування. Венчурне фінансування – це довгострокові фінансові вкладення з високим ступенем ризику в акції фірм, які орієнтовані на розробку, виробництво та реалізацію наукомістких продуктів, задля їх розвитку і розширення, з метою отримання прибутку від приросту вартості вкладених коштів [3].

Венчурний капітал, як джерело фінансування особливо актуальний для молодих компаній, компаній у високотехнологічних галузях та компаній з низькою часткою матеріальних активів. Як правило ці компанії відносяться до малого бізнесу, і є більш ризиковими для звичайних інвесторів. Такі компанії отримують більшу вигоду від венчурного фінансування в порівнянні з банківським з огляду на розширену підтримку управління з боку венчурного інвестора, в той час як банки, як правило, не хочуть брати на себе великі ризики молодих, високотехнологічних фірм і здійснювати управління.

Практика венчурного фінансування добре зарекомендувала себе в США та країнах ЄС. Зокрема у сферу IT, біотехнологій, енергетики, медичного обладнання, фармацевтики тощо. Останні дослідження показують, що венчурні інвестиції в ЄС, позитивно позначилися на зростанні зайнятості, продуктивності та інноваційної діяльності [4].

В Україні насьогодні індустрія венчурного фінансування знаходиться в зародковому стані. Основним інструментом такого фінансування є венчурні інститути спільного інвестування.

Кількість венчурних ІСІ обох типів (пайові та корпоративні), які досягли нормативів на кінець 2015 року, склала 997 фондів, що складає 86,6% загальної чисельності інститутів спільного інвестування в Україні. За останні 9 років загальна кількість венчурних ІСІ зросла в півтора рази, і хоча у 2015 році спостерігається тенденція до зменшення загальної кількості ІСІ, число венчурних інститутів спільного інвестування скоротилося не значно (на 9 фондів). Ще стрімкішу динаміку (489% приросту) демонстрували венчурні ІСІ по росту розміру активів, а в цілому частка венчурних ІСІ у загальній вартості активів інститутів спільного інвестування перевищує 95% [5].

Одначе, незважаючи на таку потужну динаміку зростання як кількості, так і активів венчурних інститутів спільного фінансування, існуючі венчурні фонди надають однозначну перевагу низько- та середньоризиковим короткотривалим операціям з фінансовими активами та нерухомістю і практично не зорієнтовані на "хай-тек" технології [6]. На сьогоднішній день розвиток венчурного фінансування в Україні стримується слабкою законодавчою базою, нерозвиненістю фондового ринку, відсутністю гарантій для інвесторів, умови інвестування українських підприємств не занадто привабливі для інвесторів. Для розвитку венчурних фондів, по-перше, бракує джерел фінансування інвестицій. По-друге, єдиним інструментом, що може використовувати венчурний інвестор в Україні, залишаються звичайні акції. Недоліком умов розвитку венчурного інвестування є відсутність страховки для інвестора на випадок несприятливого сценарію реалізації проекту.

Вирішенню цієї проблеми має сприяти провадження сприятливої інноваційної та інвестиційної політики держави, внесення змін до законів «Про інститути спільного інвестування», «Про інноваційну діяльність» тощо. Венчурному інвестуванню в Україні мають бути притаманні інноваційна компонента, ризикованість та класична орієнтація на інноваційні проекти, співпраця з технопарками, бізнес-інкубаторами, вишами тощо.

Висновки. Отже завдання активізації інноваційної діяльності українських малих та середніх підприємств вимагає розширення доступних джерел фінансування. Альтернативними джерелами залучення коштів для цієї мети може стати венчурне фінансування. В Україні ці методи фінансування поки що не набули широкого вжитку як через загальну нерозвиненість фінансових ринків, так і нормативну неврегульованість цілого ряду аспектів застосування подібних інструментів. Сприяти доступності таких джерел для українських підприємств мають виважена та послідовна державна інноваційної та інвестиційної політика, удосконалення інфраструктури фінансових ринків, нормативне врегулювання окремих положень щодо функціонування ринків фінансових послуг.

1. Другов О.О. Аналіз джерел фінансування розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О.О. Другов // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4(9). – С. 115-120. 2. Економічна статистика - Наука, технології та інновації. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua 3. Пельтек Л. В. Державне регулювання розвитку венчурного бізнесу в інвестиційній сфері / Л.В. Пельтек // Економіка та держава. – 2009. – № 3. – С. 77-80. 4. Рожко О.Д., Слобоженюк А.С. Світовий досвід венчурного фінансування як сучасної форми інвестування // Ефективна економіка. – 2013. – № 5. 5. Аналітичні огляди ринку спільного інвестування [Електронний ресурс] // Українська асоціація інвестиційного бізнесу. Режим доступу : http://www.uaib.com.ua/analituaib.html. 6. Янченко З.Б. Сучасні особливості та перспективи розвитку венчурного фінансування в Україні // Ефективна економіка. – 2010. – №10.

Кузьо Н.Є., Косар О.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ

Світовий досвід доводить, що при складній економічній ситуації активізація підприємницької діяльності малого та середнього бізнесу є одним із шляхів виходу з кризи. Аналіз вторинної маркетингової інформації свідчить, що ефективне функціонування малих та середніх підприємств сприяє усуненню диспропорцій на різних товарних ринках, створенню робочих місць, зростанню зайнятості населення, активному розвитку інновацій, посиленню конкуренції, задоволенню потреб ринку у необхідних товарах та послугах, розвитку середнього класу та відповідно пом'якшенню соціальної напруги [1].

Проте роль малого та середнього бізнесу в Україні значно менша, ніж за кордоном. Необхідно зазначити, що за кількістю малих підприємств Україна в середньому відстає від США в 93 рази, від Японії – в 7,7 рази, від Італії – в 4,7 рази; за часткою внеску малих підприємств у ВВП Франції – в 5,6 рази, США – в 1,7 рази; за часткою зайнятих у малому бізнесі відрізняються в меншу сторону від Японії – в 8,1 рази, від Італії – в 7,6 рази, від США й Франції – в 5,6 рази [2, с. 125]. Тому необхідно активно сприяти розвитку малого і середнього бізнесу на регіональному рівні.

В умовах прискореного розвитку НТП забезпечити належне функціонування підприємств малого та середнього бізнесу можна шляхом активного впровадження інформаційних технологій у їх діяльність. У сучасних умовах особливої актуальності набувають хмарні технології, які дозволяють користувачам використовувати програмне забезпечення без його установки та надають можливість доступу до інформації з пристрою, що має доступ до мережі Інтернет. Зокрема, ця технологія дозволяє ефективніше управляти підприємством за рахунок централізації управлінської та облікової інформації, її швидкої обробки та надійності зберігання даних [3].

У табл. 1 наведені переваги та недоліки використання хмарних технологій користувачами.

Таблиця 1

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Переваги	Недоліки
– не потрібні великі обчислювальні потужності; – веб-сервіси працюють в браузері будь-яких операційних систем; – висока швидкість обробки даних; – економія на купівлі програмного забезпечення; – всі дані зберігаються в хмарних сховищах; – програми є безкоштовними або дешевими веб-додатками; – актуальна і оновлена інформація; – використання останніх версій програм і оновлень; – послуги з високим рівнем доступності	– необхідність постійного з’єднання з мережею Інтернет; – є обмеження стосовно програмного забезпечення; – небезпека хакерських атак на сервер; – можлива подальша комерціалізація; – відносна безпека конфіденційності даних, що зберігаються на віддаленому сервері

Складено на основі [4, 5]

Для застосування хмарних технологій в малому та середньому бізнесі є багато можливостей (табл. 2).

При використанні хмарних технологій малий та середній бізнес отримає в першу чергу покращення якості та підвищення швидкості роботи з споживачами та можливість контролювати поточне ведення діяльності. Крім цього, підприємці отримають також конкурентну перевагу - зростання лояльності покупців.

Таблиця 2

Можливості використання хмарних технологій

Тип підприємства	Напрями використання хмарних технологій
Автотранспортні підприємства	Облік замовлень на транспорт; розрахунок витрат пального та мастильних матеріалів; оформлення, облік і обробка путівок; облік витрат і доходів підприємства; облік запасних частин, комплектуючих та відповідних робіт; формування маршрутів; складання графіків технічних оглядів; контроль графіку роботи водіїв; розрахунок заробітної плати; зниження рівня зловживань співробітників; формування звітів і аналітичних матеріалів; інтеграція з GPS системами для контролювання місцеположення транспорту
Підприємства роздрібної торгівлі	Облік доходів, надходжень товарів в магазини і їх подальший продаж; формування даних з товарними залишками; формування замовлень товару; використання торгового, вагового та фіскального обладнання; друк цінників та етикеток; введення бонусної системи; формування звітів
Готелі	Оптимальне заповнення готельних номерів; облік виручки від реалізації додаткових послуг (масаж та spa-процедури, відвідування тренажерного залу чи басейну, частування сніданками, послуги з трансферу тощо); контроль роботи персоналу; розрахунок заробітної плати; формування бухгалтерських та аналітичних звітів
Ресторани та кафе	Приймання та перенаправлення замовлень на кухню; контроль за складськими залишками; складання калькуляційних карт; формування звітності; контроль роботи персоналу; формування типових меню для банкетів; можливість проведення перевірки наявності товарів, грошей у касі, напоїв на барі у будь-який момент часу
Антикафе та коворкінг-центри	Введення гнучкої тарифної сітки з внесенням вартості першої години і наступних; робота з абонементами на кількість і тривалість відвідувань; ведення інформації по клієнтах; розроблення системи лояльності, бонусів та знижок; облік часу; перевірка виручки від продажу продуктів харчування та напоїв; формування звітів і аналітики про роботу закладу

Складено на основі [3]

Необхідно зазначити, що вітчизняні підприємства не поспішають впроваджувати хмарні технології. Насамперед, у представників бізнесу є побоювання за збереження інформації, хоча підприємці, які мають досвід роботи з хмарними технологіями, зауважують, що зберігання даних в хмарі є надійніше, ніж на сервері в офісі.

1. Рижакова Г.М. Роль і місце малого підприємництва в національній економіці України / Г.М. Рижакова // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2011. – № 1 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=450. 2. Соколенко В.А. Роль малого бізнесу в регіональній економіці / В.А. Соколенко, А.Г. Струкова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 6 (980). – С. 123-127. 3. Хмарні технології [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://j.parus.ua/ua/358. 4. Хмарні технології. Переваги і недоліки. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://valtek.com.ua/ua/system-integration/it-infrastructure/clouds/cloud-technologies. 5. Хмарні технології [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://sonikelf.ru/oblachnye-texnologii-dlya-zemnyx-polzovatelej.

Кулиняк Ю.І., Кіндрацька Г.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МАЛИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Машинобудування є одним з найважливіших секторів економіки України, внесок якого становить близько 25% до валової доданої вартості у переробній промисловості і майже 3,5% до ВВП країни. Хоча така частка є відносно невеликою, загальне значення машинобудування для ВВП України є більшим, оскільки воно також використовує товари і послуги, вироблені в інших секторах економіки.

Важливу роль у машинобудуванні відіграють малі підприємства, частка реалізованої продукції яких зросла з 5,7% у 2010 р. до 7,8% у 2014 р., при значному скороченні питомої ваги продукції великих підприємств (з 59,5% у 2010 р. до 43% у 2014 р.).

Водночас за результатами дослідження фінансових результатів виявлено збиткову діяльність понад третини машинобудівних підприємств з тенденцією до їх збільшення: частка підприємств, які отримали збиток, у 2011 р. становила 34,4%, а в 2015 р. – 39,1%[9].

Протягом 2010-2013 рр. найбільше прибуткових було серед великих підприємств. Відзначимо тенденцію до скорочення частки великих прибуткових підприємств, починаючи з 2011 р., її найнижчий рівень був у 2014 р. (39,39%). Водночас досить стабільна тенденція за цим показником серед малих і середніх машинобудівних підприємств, причому вперше за аналізований період у 2014 р. частка малих прибуткових підприємств була найвищою і становила 64,47%.

Сектор машинобудування України протягом 2009-2013 рр. демонстрував позитивний фінансовий результат підприємств, проте у 2014 р. машинобудівні підприємства отримали загальний негативний фінансовий результат 22,38 млрд. грн., причому вперше по усіх групах підприємств за їх розмірами: великі, середні, малі (відповідно 11,90 млрд. грн., 9,24 млрд. грн. та 1,22 млрд. грн.).

Таку негативну тенденцію підтверджує динаміка темпів зростання фінансових результатів підприємств. Протягом 2011-2013 рр. темп зростання прибутків середніх підприємств скоротився у понад чотири рази, а великих – у три. Темп зростання прибутку малих підприємств протягом 2009-2014 рр. змінювався хвилеподібно та становив 110,51% у 2014 р. Зростання прибутків малих підприємств уповільнюється з 125,01% у 2013 р. до 110,51% у 2014 р., хоча й випереджає середньогалузеве значення.

У машинобудуванні найшвидше зростав збиток великих та середніх підприємств (у 2014 р. збиток зріс відповідно у 17 та 5,76 разів порівняно з 2011 р.). Також високими темпами зростав збиток малих підприємств (у 2013 р. – 98,34%, у 2014 р. – 309,49%).

Об'єктивно оцінити ефективність функціонування і розвитку підприємств можна за відносними показниками, які розраховують як відношення фінансових результатів до величини інвестованих чи спожитих ресурсів. Одним з найважливіших відносних показників є рівень рентабельності операційної діяльності підприємств. Динаміка рівня прибутковості діяльності машинобудівних підприємств наведена на рис. 1.

Протягом 2010-2014 рр. за рівнем рентабельності операційної діяльності домінували великі машинобудівні підприємства, причому за аналізований період їх операційна діяльність постійно була прибутковою. Малі машинобудівні підприємства функціонують найгірше – протягом аналізованого періоду рівень їх операційної рентабельності був найнижчий, при незначному (на 0,59%) перевищенні показника середніх підприємств у 2013 р. Найскладніший для малих машинобудівних підприємств був 2014 р., у якому вони, як і середні підприємства, продемонстрували високий рівень операційної збитковості (відповідно 7,72% та 4,59%), а великі підприємства – операційну рентабельність на рівні 0,75%. Загалом операційна збитковість машинобудівних підприємств у 2014 р. становила 2,35%, при операційній рентабельності 6,60% у попередньому періоді.

[9] Відсоток розраховано за даними січня-вересня 2015 р.

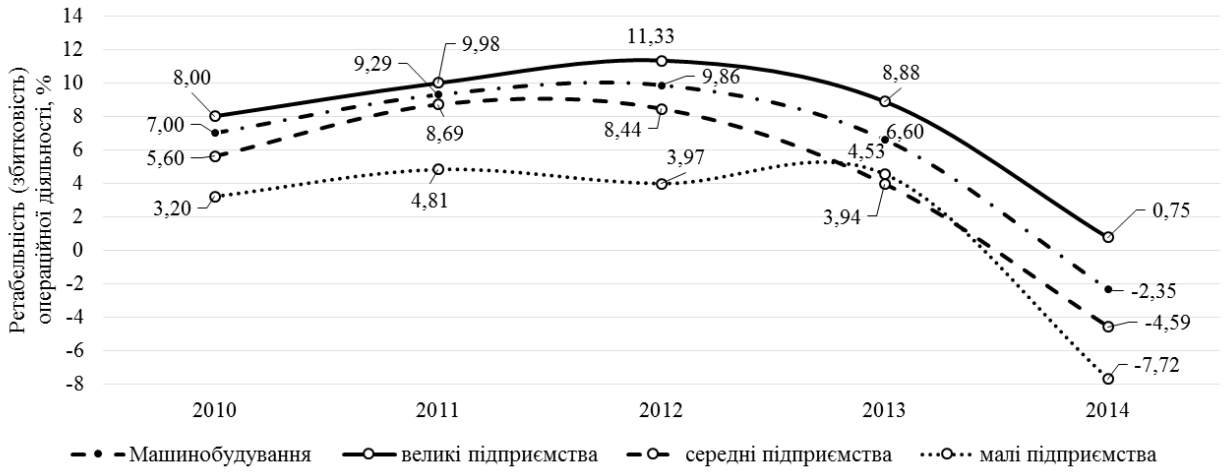


Рис. 1. Рівень динаміки (збитковості) операційної діяльності машинобудівних підприємств за їх розмірами у 2010-2014 рр.

Результати аналізу рівня рентабельності діяльності кардинально протилежні. У 2014 р. найнижча збитковість малих підприємств (10,57%), при цьому рівень збитковості середніх та великих підприємств становить відповідно 12,30% та 14,52%. Враховуючи високі темпи скорочення прибутків у машинобудуванні, можна передбачати подальше зниження ефективності функціонування малих та інших видів підприємств.

Причинами такої тенденції є те, що здебільшого в структурі фінансових результатів діяльності малих підприємств переважає операційна діяльність, тоді як великі та середні підприємства здійснюють ще й фінансову та інвестиційну види діяльності. Найважливішими факторами зниження рентабельності операційної діяльності підприємств є скорочення обсягу реалізованої продукції. Починаючи з 2012 р. спостерігається сповільнення темпів зростання обсягів реалізованої продукції малих машинобудівних підприємств з 121,72% у 2012 р. до 93,09% у 2014 р. Негативна тенденція до скорочення обсягів реалізованої продукції середніми та великими машинобудівними підприємствами почалась раніше (відповідно у 2010 р. та 2011 р.), проте у 2014 р. середні підприємства підвищили обсяги реалізації, а малі та великі продовжували скорочувати. Зазначимо, що за січень–листопад 2015 року обсяг реалізованої продукції машинобудування становив 91601,2 млн. грн. при 83534,3 млн. грн. за аналогічний період 2014 р., тобто темпи зростання досягли 109,6% [1].

Однією з вагомих причин скорочення обсягів реалізації продукції машинобудування, а, отже, й низького рівня фінансових результатів машинобудівних підприємств є те, що Україна зіткнулася зі значними перебоями у торгівлі з Росією: обсяг експорту до цієї країни у січні-листопаді 2015 р. становив 4384,54 млн. дол. США, а у порівнянні з аналогічним періодом 2014 р. – лише 46,8%. Машинобудування є найбільш залежним від російського ринку збуту серед інших секторів економіки України, експортуючи 32% випущеної продукції до Росії [2].

Загалом аналіз функціонування та розвитку малих машинобудівних підприємств показав, що рівень ефективності їх господарської діяльності невисокий.

1. Статистичний бюлетень України за 2015 рік. – Київ: Державна служба статистики України, 2016. – 101 с. 2. Сектор машинобудування в Україні: стратегічні альтернативи і короткострокові заходи з огляду на припинення торгівлі з Росією / Д. Шаха. Р. Джуччі, Д. Науменко. А. Ковальчук // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Німецька консультативна група. – Берлін / Київ, 2014. – 21 с.

Кулініч Т.В., Мних Я.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІТ-ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ВІТЧИЗНЯНОГО МАГАЗИННОГО ПРОДАЖУ ЯК ЗАСІБ ПОГЛИБЛЕНОГО ПРОНИКНЕННЯ НА ОСВОЄНІ РИНКИ

В умовах розвитку суспільства та технологій, постійної модернізації та удосконалення способів ведення бізнесу особливого значення набувають інновації, у т.ч. у сфері торгівлі товарами та послугами, адже, саме впровадження інновацій дозволяє зробити підприємство інвестиційно-привабливим, конкурентоспроможним, поліпшити його імідж, розширити асортимент, завоювати нові та глибше проникнути на освоєні сегменти ринків збуту та ін.

Незважаючи на те, що торгівлю вважають сферою діяльності, яка має невисокий інноваційний потенціал (якщо порівнювати з високотехнологічними виробництвами), на сучасному етапі її розвитку з цим твердженням можна посперечатися. У торгівлі України активно застосовують передові технології маркетингу і збуту, різноманітні інформаційні, технічні та технологічні новації, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про цей бізнес [1].

Усе більшого поширення набуває в Україні вединговий бізнес або торгівля через автомати самообслуговування, про що свідчать численні публікації як виробників автоматів, так і операторів цього бізнесу. З'явилися нові формати, зокрема еліт-сегменту та екологічної торгівлі, активно розвивається вединг-роздрібна торгівля на автозаправних станціях [2].

Українці все активніше включаються у процеси Інтернет-торгівлі. Проте, незважаючи на зростання онлайн-продажів, багато людей залишаються "відданими" покупкам у реальному магазині, оскільки, це перш за все, можливість ретельно оглянути товар перед тим, як купити (побачити вживу, відчути на дотик, смак, запах тощо), відсутність затримок у доставці та миттєве задоволення своїх потреб, а також, часто це шанс провести час з іншими людьми.

Саме тому, доцільним буде введення інновацій у сферу магазинного продажу, з метою закріплення свого ринкового положення та посилення конкурентних позицій відносно проривних ринкових впливів онлайн-торгівлі. Серед сучасних новацій на особливу увагу заслуговує доповнення переваг реальних продажів новими надбаннями ІТ для торгівлі.

Інноваційний потенціал магазинного продажу із залученням ІТ тільки набирає обертів. Про це свідчать результати дослідження основних напрямків розвитку торгівлі, проведеного Е-журналом "Entrepreneur" [3]. Розглянемо, як ці інноваційні напрямки розвитку можуть бути використані для вітчизняних організацій, які працюють у цій сфері.

1. Активізація мобільних додатків: торгівельні компанії будуть зосереджені на перебудові мобільних додатків у персональний «консьєрж», який спрацьовуватиме автоматично при вході споживачів у магазин, щоб надати актуальну і змістову інформацію відповідно до попередньо визначених вподобань за допомогою функції «Персональний покупець». Таким чином, додаток вкаже на місцезнаходження улюблених товарів, а також запропонує потенційні товари, які можуть зацікавити покупця.

2. Зручність у навігації. Навігація по магазину стане ще зручнішою: відслідковуючи місцезнаходження покупців, менеджери можуть спроектувати маршрути пересування для оптимізації потоків. Відповідно, якщо у людини уже набраний список покупок на мобільному додатку, то найкращий шлях, щоб забрати все, буде сформовано одразу при вході на торгівельну точку (магазин). Дані маршрути формуватимуться в режимі реального часу, враховуючи вплив ситуаційних факторів, зокрема таких як поточний рух по магазину чи завантаженість окремих рядів. Також, якщо покупець відхилиться від початкового напрямку чи внесе зміни до списку, то рекомендований маршрут автоматично оновлюватиметься.

3. Перехожі як потенційні клієнти. Головні учасники і водночас "об'єкти впливу" – люди, які проходять повз торгівельні точки. Взаємодія здійснюватиметься через спеціальні індивідуальні пропозиції, повідомлення або нагадування про предмети та товари, які були попередньо позначені як бажані у мобільному додатку потенційних клієнтів.

4. Безконтактні платежі. Часто позитивне враження про покупку псується через тривале

очікування в черзі, щоб розплатитись за товар. Система спрощених платежів допоможе клієнту знайти бажаний товар, а також одразу вибрати спосіб оплати і завершити покупку, тим самим не витрачаючи час на черги чи розмови з консультантами, якщо у цьому немає потреби. А оскільки споживачам стає комфортніше з безконтактними платежами, можливість контролювати, коли і як здійснювати покупку, буде поширюватись і користуватись попитом.

5. Обслуговування клієнтів на вимогу. Раніше, клієнту для допомоги у виборі чи відповіді на запитання, потрібно було шукати консультанта. Із використанням мобільних додатків можна буде максимізувати використання кадрових ресурсів і підвищити якість обслуговування клієнтів, дозволяючи споживачам буквально «кинути запит на допомогу». Відповідно, через пункт служби додатку на мобільних чи планшетних пристроях, торговий персонал буде миттєво повідомлений і отримає доступ до покупця: його профіль, вподобання, історію покупок і, на основі даної інформації, буде сформовано прогноз з метою визначення бажань клієнта і якнайкращого задоволення його потреб.

6. Віртуальна реальність. Покупці отримуватимуть доступ до інформації і спеціальних пропозицій через доповнену реальність: при переміщенні по магазину, вони зможуть подивитись, як виглядає товар, віртуально протестувати його. Така інновація призначена для того, щоб потенційні покупці могли краще оцінити речі, які вони вибирають.

7. Гнучкі умови. У сучасних людей, особливо у жителів великих міст, катастрофічно не вистачає часу. Саме це є однією із головних споживчих тенденцій, що спонукає світ до появи нового сервісу. На сьогоднішній день, компанії уже пропонують нові послуги й товари, які мінімізують час і зусилля споживачів на вибір та доставку товарів. Відповідно, оскільки споживачі все більше орієнтуються на зручність та швидкість, то торгівельні компанії будуть шукати максимальні шляхи адаптації до вимог клієнта, тобто можливості робити покупки, оплачувати їх і доставляти у будь-яку точку: парк, аеропорт, на автобусну зупинку, стадіон.

8. Відгуки споживачів та їх посилений вплив на торгівлю: сканування штрих-кодів товарів, порівняння цін різних товаровиробників, можливість переглянути відгуки чи надіслати фотографію і попросити поради у своїх друзів, використання соцмереж як маркетингового каналу та ін. Споживачі мають більше впливу на торгівлю ніж будь коли, і, як наслідок, компаніям необхідно адаптуватись і надавати необхідну інформацію та можливості щодо спрощення процесу покупки.

9. Подальший акцент на екологічність продукції (товарів): зміна цінностей населення супроводжується активним підвищенням продажів органічних продуктів, товарів із приставкою «еко», переходом до екологічних упаковок.

Отже, як бачимо, вітчизняна сфера торгівлі перебуває на межі великих змін. У час розвитку технологій та масштабного користування мобільними пристроями, торговельним організаціям необхідно використовувати це для поглибленого проникнення на освоєні ринкові сегменти, а саме: надавати актуальну інформацію щодо запитів споживачів, виправдовувати їх очікування, використовувати особисту інформацію про покупців для їх кращого індивідуального обслуговування, прогнозувати їх інтерес до тих чи інших товарів, надавати можливість покупцям легко зіставляти ціни, запитувати поради чи віртуально тестувати товар, а також миттєво розплачуватись, не витрачаючи час на оформлення товару чи чергу. Саме тому, організаціям сфери торгівлі, а особливо магазинного продажу, найближчим часом необхідно виробляти стратегії та шукати шляхи поєднання онлайн і офф-лайн методів, для того щоб на рівні конкурувати із онлайн-продажами, які з кожним роком набирають обертів усе більше і більше.

1. Єрмак С. О. Торгово-технологічні інновації торгівлі на сучасному етапі розвитку України / С. О. Єрмак // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4035; 2. Лігоненко Л.О. Інноваційний вектор розвитку торгівлі України/ Л. О. Лігоненко, Г. Л. Красневич [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tr.knteu.kiev.ua/files/2011/11/3.pdf; 3. Офіційний сайт «Entrepreneur» [Електронний ресурс] . – Режим доступу: https://www.entrepreneur.com.

Кушерський Т.В., Шишковський С.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ

З кожним днем рівень конкуренції на ринку зростає, з'являються нові підприємства, основною конкурентною перевагою яких є швидкість адаптування до змін умов ринку та появи нових технологій. Для вирішення цієї проблеми використовують використовуються CRM-системи, що дають змогу автоматизувати та стандартизувати взаємодію компанії з клієнтами [1].

CRM-система – це програмне забезпечення, яке використовується для покращення роботи компанії в сфері роботи з клієнтами за допомогою інструментів, що об'єднанні в єдину систему та інтегровані у внутрішнє середовище компанії [1].

Серед підприємств значного поширення отримала CRM-система від компанії 1С – Бітрікс24. Бітрікс24 – це система, яка дає змогу об'єднати компанію та всі її підрозділи, пришвидшити та полегшити роботу як з реальними, так і з потенційними (ліди) клієнтами. Використання такої системи дає змогу автоматизувати основні функції компанії, здійснювати контроль за відділом продажів, підвищувати якість роботи та розробляти бізнес стратегії розвитку, а також розробляти та здійснювати проекти компанії. Варто відзначити перевагу системи в гнучкій інтеграції її з іншими соціальними та торговими мережами [2].

До основних функцій системи Бітрікс24 можна віднести [2]:

1. Планування проектів та завдань. Ця функція передбачає встановлювати завдань, які потрібно виконати, відповідальних осіб за завдання, терміни виконання, детальний опис задач, а також планування та контроль за реалізацією проектів.

2. Календарне планування робіт та завдань.

3. Автоматизація бізнес-процесів передбачає розробку та опис бізнес-процесів.

4. Електронне листування, що забезпечується поштовим сервером зі вбудованим в нього антивірусом та анти спамом. Значною перевагою є необмежений обсяг пам'яті для використання.

5. Телефонія. В даній системі реалізована можливість набору та приймання дзвінків напряму з браузера. Телефонія тісно пов'язана з CRM всі дзвінки фіксуються та записуються, що дає змогу контролювати та аналізувати роботу менеджерів.

6. Соціальна мережа включає соціальну мережу для співробітників однієї компанії (інтранет) та для зовнішніх зацікавлених сторін (екстранет).

7. CRM – містить всі дані клієнтів та компаній з якими ведеться, або може вестись співпраця, інформація згідно укладених угод, контактна інформація та ін.

8. Архівування даних (запис та зберігання усіх змін).

Варто відзначити можливість створення комерційних пропозицій для споживачів, згідно шаблону з персоналізацією під конкретного клієнта з додаванням товару. Для наочності та більшого розуміння даних компанії, CRM-система надає змогу групувати дані та відображати їх у вигляді графіків, діаграм та зображень, наприклад, для побудови організаційної структуру управління компанією [2].

Отже, використання CRM-систем підвищує гнучкість компаній до перманетних змін бізнес-середовища за рахунок автоматизації бізнес процесів, підвищення рівня комунікації та оперативного управління на підприємстві, що в свою чергу дасть змогу ефективніше конкурувати на ринку.

1. Microsoft Dynamics CRM [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://crm.ua. 2. Портал Бітрікс24 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.bitrix24.ua/features/crm.php.

Lipowski M.
Maria Curie-Sklodowska University, Faculty of Economics, Marketing Department

PERCEPTION OF MARKETING CHANNELS BY DIFFERENT CONSUMER GENERATIONS - HAS ONLINE CHANNEL STILL THE ADVANTAGE?[1]

Problem formulation. The differences in the perceived cost of using the services in each of the three marketing channels (offline channel, phone channel and online channel) will be presented In the article. An additional criterion for differentiating analysis is consumer age - a generation that represents the (Baby boomers generation, X generation, Y generation).

Analysis of current research outputs and publications. Every purchasing decision requires the consumer to estimate the value of the offer through the statement of costs (give aspects) and planned to gain (take aspects). The value is defined as the overall assessment of the usefulness of the product made by the consumer on the basis of what he/she receives and what must be sacrificed. It is, therefore, the multidimensional construct including some received elements (eg. quality) and sacrificed elements (money, effort) [Carlson, O'Casse Ahrholdt 2015]. Sometimes, when defining the perceived value, cost are equated with the risk of the purchasing - with this approach, striving to maximize the value is based on assessment take off between expected benefits and risks associated with shopping in a given channel [Forsythe et al. 2006]. In other words, in defining the perceived value it comes to assessing the net benefit resulting from the purchase and use of services in the channel. It should be stressed that the identification of the costs perceived by buyers is important for estimating the values of the consumer performing a vital role in predicting their buying behavior and achieving sustainable market advantage by the provider of services [Chen and Dubinsky 2003]. Researchers emphasize the lack of a uniform and universal definition of the perceived costs [Guszak and Pandze 2010], while pointing to the prevailing view of aggregation the cost of cash and non-cash [Snoj et al. 2004]. The first group is classified as cost of the purchase price and the costs of transport, installation and service. In contrast, non-monetary costs include time searching and collecting information, effort, energy, risk, expectation, uncertainty, delay in delivery and psychological costs [Guszak and Pandze 2010].

Article objectives. The purpose of this analysis will be the identification of differences in the perception of marketing channels using costs depending on the consumers' age and the resulting from it experience in channel usage. In this paper will be presented some differences in the perceived cost of services of each of the three marketing channels - offline channel, phone channel and the online channel. An additional criterion for differentiating the analysis will be the age of the consumer – generation which is represented by consumer (Baby boomers generation, Y generation Y and X generation).

Presentation of main materials. The authors have conducted a quantitative study, CAPI (*computer assisted personal interview*) method was used with a standardized questionnaire. The research sample was determined by quota-random method, quotas due to age and gender and the nature of the place of residence (city provincial, city other than provincial, village) – the structure of sample was preserved at the regional level. The study was conducted in September-November 2015 on a group of 1103 respondents – including 357 from a Baby boomers generation, 390 from the X generation and 356 from the Y generation.

Conclusions and prospects for further research. The main conclusion of the study is to identify the specificity of Baby boomers generation in terms of their perception of the cost of using services in the online channel – Baby boomers generation, with the least experience in using this marketing channel, evaluates it as a channel that generates relatively the lowest cost (both the price cost and non-price cost).

The authors point to the practical significance of this finding - the next consumer generations entering the market after the Baby Boomers generation (X generation and Y generation in particular) are more aware of the various types of costs of online channel using. As a result, the service of younger consumers generations (especially Y generation) requires from service providers greater commitment – so far simple communication of the apparent convenience of using the online channel is no longer enough. The young

[1] This publication was financed by the Polish Ministry of Science and Higher Education through the grant of the National Science Centre, No. 2014/13/B/HS4/01612: *Modeling of service distribution in network economy*.

consumers see the benefits and potential of the online channel using, but they are also aware of the costs of its usage. The fact that the young consumer is able to complete on the Internet every stage of the service buying process (search for information, service purchase, post-purchase stage, resignation) does not mean that it comes without appreciable effort, for which a customer wants / should be rewarded.

1. Carlson J., O'Cass A., Ahrholdt D. (2015), Assessing customers' perceived value of the online channel of multichannel retailers: A two country examination, "Journal of Retailing and Consumer Services" vol. 27. 2. Chen, Z., Dubinsky, A.J. (2003). A Conceptual Model of Perceived Customer Value in E-Commerce: A Preliminary Investigation, "Psychology & Marketing" vol. 20. 3. Forsythe S., Liu Ch., Shannon D., Gardner L.Ch. (2006), Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping, "Journal of Interactive Marketing", vol. 20. 4. Guszak I., Pandža I. (2010), Concept of perceived value with focus on perceived costs of convenience goods, Conference Proceedings: ICES 2010 International Conference of the School of Economics and Business Sarajevo. 5. Snoj B., Korda A., Mumel D. (2004), The relationship among perceived quality, perceived risk and perceived product value, "Journal of Product & Brand Management", vol. 13.

Лісовська Л.С., Недзвецька О.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Дослідження та використання синергії у інноваційній діяльності організацій особливо важливо, адже механізм управління та забезпечення інновацій є складаним та багатоелементним. Кожен з виявлених факторів та елементів може мати як позитивний, так і негативний вплив на параметри реалізації етапів інноваційного процесу, а поєднання їх впливу може мати непередбачені наслідки на результат певних етапів або інноваційного процесу загалом. У інноваційних процесах синергетичний ефект може виникнути при формуванні портфеля інноваційних проектів. При цьому підприємство буде шукає таку комбінацію проектів , при якій ефект від інтеграційної суми (портфеля) більший, ніж проста сума ефектів складових частин. В контексті управління інноваційними проектами застосування портфельного підходу може забезпечити [1]:

- оцінку можливостей кожного інноваційного проекту;
- вибір відповідно привабливого проекту для кожного ринку;
- встановлення взаємозв'язків між існуючими проектами;
- ефективний розподіл ресурсів;
- встановлення корпоративних цілей і критеріїв синергізму та критеріїв входу у галузь/виходу з неї;
- визначення критичних факторів успіху та економічних перспектив;
- виявлення найбільш привабливих та найменш ризикових проектів.

Доцільним є виділення чотирьох типів портфелів інноваційних проектів: портфель товариних ринків, ресурсний, споживчий, технологічний [2].

Синергетичний ефект в межах «портфелю інноваційних проектів» може проявлятися через:

- Передачу ноу-хау (учасники, взаємодіючи в рамках конкретних робіт, поєднують свої новітні розробки);
- Спільне використання ресурсів (це веде до економії витрат, виключає дублювання);
- Створення переваги при узгодженості строків окремих проектів;
- Створення переваг за рахунок виграшу часу через поділ робіт;
- Перевага в якості за рахунок позподілу робіт на користь «найкращих» виконавців;
- Перевага за рахунок найкращих умов залучення позикового капіталу через високий авторитет та статус учасників портфелю;
- Зростання довіри споживачів до кінцевого результату.

Синергетичний ефект у інноваційних процесах може приймати позитивне або негативне значення, може бути статичним, динамічним або симетричним (рис.1).

До видів прояву синергетичного ефекту у інноваційних процесах можна віднести фінансовий, операційний, маркетинговий, управлінський та інші. Проте акцент залишається на науково-дослідному, який вважають найбільш ризиковим та вартісним етапом інноваційних процесів. Взаємодоповнення ключових компетенцій учасників інноваційного ланцюга дозволяє створити ефективну бізнес-модель та унікальну пропозицію для споживачів.

У інноваційних процесах доцільно поділяти синергетичній ефект на два види:

- на початкових етапах, у процесах досліджень та НДДКР;
- на завершальних етапах, тобто у процесах освоєння виробництва та комерціалізації.

Рис.1. Види синергетичних ефектів у інноваційних процесах*

Джерело: розроблено авторами із використанням [3]

На початкових етапах ефект синергії повинен призвести до економії часу та економії інвестиційних та науково-технічних (інтелектуальних, інформаційних. технічних та інше) ресурсів. На завершальних етапах інноваційного процесу синергетичний ефект повинен виникнути у зв'язку з економією операційних витрат, витрат на маркетинг, логістику тощо.

Ефекти синергізму можуть проявлятися у паралельних площинах, тобто симетрично до традиційних продукцій/видів діяльності учасника інноваційного ланцюга. Тобто, «синергізм не тільки найкращий спосіб прискорення зростання виробництва нового продукту без особливих додаткових інвестицій, але й має суттєвий зворотний вплив на затрати по виробництву традиційного товару» . [4].

Для інноваційного підприємства формування довгострокових партнерських відносин є показником зростання вартості самого підприємства, оскільки вартість, тривалість та глибина взаємостосунків визначає вартість нематеріальних активів та потенціалу підприємства.

1.Шамота, Г.М. Формування портфелю інноваційних проектів промислових підприємств [Текст] : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / Г.М. Шамота. - Суми : СумДУ, 2010. - 228 с. – СумДУ, с.61. 2. Кемпбелл Э., Саммерс Лаче Стратегический синергизм. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. –416 с. 3. Понятия и виды синергизма / А.В. Ляхов, М.В. Крачулова // Економіка пром-сті. — 2009. — № 4. — С. 25-30. 4. Шматько Н.М. Формування синергетичного ефекту в економіці України. / Режим доступу: repo.uipa.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3376/1/Стаття%2.

Лучко Г.Й., Мороз Х.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні економіка України перебуває у кризовому стані, спостерігаються високі темпи погіршення стану національного господарства. Одним з варіантів виходу з кризи може бути інноваційний характер її подолання. Мати перевагу над іншими конкурентами у певній галузі можна лише тоді, якщо самому задавати темп, створюючи унікальні продукти й отримуючи прибуток на нових вигідних ринках. Створення такого середовища є метою стратегії «блакитного океану», бізнес-теорії, яка припускає, що компанії краще шукати способи отримати «беззаперечний ринковий простір», ніж брати участь у традиційному конкурсі.

Вперше термін стратегія «блакитного океану» ввели професори кафедри стратегічного менеджменту INSEAD (Франція) У. Чан Кім і Рене Моборн у своїй книзі «Blue Ocean Strategy». Ця стратегія пропонує створення безконкурентного ринкового простору; замість боротьби з конкуренцією – створення умов, коли у конкуренції немає сенсу; замість використання існуючого попиту – створення і завоювання нового попиту; пропозиція стратегічного вибору не між розмаїттям продукції *або* низькою собівартістю, а між розмаїттям продукції *і* низькою собівартістю[3]. Ключовим інструментом для створення «блакитних океанів» є платформа з чотирма завданнями: «підніміть-ліквідуйте-зменшіть-створіть» та відповіді на наступні запитання: які фактори повинні бути *підняті* набагато вище галузевих стандартів?, які фактори, в яких змагалась галузь, повинні бути усунені?, які фактори повинні бути *зменшені* нижче галузевих стандартів?, які фактори, які галузь ще ніколи не пропонувала, мають бути *створені*?

Професори Кім і Моборн стверджують, що аналіз «п’яти сил Портера» залишається у «червоних океанах», де конкурують акули. Ключ до успіху полягає в переході до «блакитного океану», де у компанії є вода для себе. Стратегія «блакитного океану» заохочує компанії менше зосереджуватись на своїх конкурентах і надавати перевагу альтернативним, в той же час більше фокусуватись на нових потенційних клієнтах. Підприємства повинні будувати стратегію «блакитного океану» у такій послідовності: користі для клієнтів, ціни, собівартості і прийняття [2].

Дуже часто «блакитні океани» створюються на межі кількох ніш, коли є можливість перетворити збиті жанри в нові і затребувані (один із найпоказовіших прикладів – Цирк дю Солей). Другий шлях – це створення нового продукту і абсолютно нової аудиторії під нього. Наприклад, продукція Apple і успіх ігор на її платформі для мобільних телефонів з сенсорними екранами [1].

Львівська мережа тематичних ресторанів «Фест» є ще одним прикладом успішного застосування стратегії «блакитних океанів» на українському ринку завдяки створенню ресторанів з унікальними ідеями, інтер’єрами, цікавими своєю новизною, оригінальною концепцією, доступними цінами.

Отже, стратегію «блакитного океану» варто застосовувати на будь-яких підприємствах, а в першу чергу на тих, які перебувають в кризовому стані, оскільки ключем до створення нового ринкового простору є не великі бюджети на наукові розробки, а правильні стратегічні дії. В умовах ринкових перетворень в економіці України, посиленням процесів глобалізації, необхідно шукати інноваційні інструменти подолання конкуренції вітчизняних підприємств, якими цілком може бути обрання ними стратегії «блакитного океану» та втілення її у життя.

1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. / В. О. Василенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с. 2. Сорока І.Б. Стратегія “блакитного океану” як інструмент досягнення лідерства компанії / І. Б. Сорока // Матеріали Шостої всеукраїнської науково-практичної конференції “Соціум. Наука. Культура” (26-28.01.2010). / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://intkonf.org/soroka-ib-strategiya-blakitnogo-okeanu-yak-instrument-dosyagnennya-liderstva-kompaniyi. 3. У.Чен Кім, Рене Моборн. "Стратегія голубого океану". Пер. з англ. М.: HIPPO, 2005. - 272 с.

Мавріна А.О., Марчук Д.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Досвід економічно розвинутих країн показує, що в сучасних реаліях жорсткої конкуренції однією з умов збалансованого розвитку підприємства та ефективного його функціонування на ринку є впровадження і реалізація концепції соціальної відповідальності бізнесу. Соціально відповідальні підприємства отримують значно більші конкурентні переваги на ринку, ніж підприємства з традиційним підходом відносин із суспільством. На відміну від великого і середнього бізнесу, підприємства малого бізнесу не приділяють цим питанням належної уваги.

Будь-яке підприємство малого бізнесу може бути соціально відповідальним: діяти на основі принципів соціальної відповідальності, реалізовувати соціальні програми в пріоритетних для неї напрямах. В стандарті ISO 26000 зазначені 7 аспектів, за яким можливо відносити підприємство до соціально відповідальних. 5 з них відносяться до підприємств малого бізнесу: трудові відносини, взаємовідносини зі споживачами, взаємовідносини з партнерами, навколишнє середовище та участь у житті суспільства [1].

Серед соціальних проектів або соціально відповідальних ініціатив підприємств розрізняють спрямовані на внутрішнє та на зовнішнє середовище. Підприємства малого бізнесу частіше реалізують соціальні проекти, спрямовані на їх внутрішнє та робоче середовище (працівники, клієнти, постачальники), а також займаються дрібною доброчинністю. Зовнішні соціальні проекти, до яких відносяться ті, що не відповідають ключовій бізнес-діяльності підприємства, а також такі, що пов'язані з нею, вимагають більших фінансових можливостей, якими переважно володіє великий бізнес [2, с.129]. До внутрішньої соціальної відповідальності малого бізнесу найчастіше відносять ділову практику стосовно персоналу підприємства та його розвитку: своєчасна виплата заробітної плати та підтримання соціально значимої заробітної плати; соціальне та медичне страхування працівників; охорона праці; допомога працівникам в критичних ситуаціях (хвороба, смерть, нещасний випадок); розвиток людських ресурсів.

До проблем застосування соціальної відповідальності малими підприємствами належать:

- недостатність фінансових ресурсів;
- зниження прибутку, що пов'язано з витратами на соціальні ініціативи;
- недостатність інформації, знань, вмінь і досвіду у вирішенні соціальних проблем;
- недосконалість нормативно-правової бази;
- відсутність підтримки з боку держави і місцевої влади.

Специфікою соціальної відповідальності малого бізнесу є значна роль керівників (власників) підприємств в цій діяльності. Досить часто від їх особистих переконань залежить чи буде підприємство турбуватись про суспільство й екологію, чи залишить ці проблеми майбутнім поколінням. Вони є тими особами, які приймають рішення щодо напряму розвитку підприємства, визначають орієнтири та пріоритети. Своїми, часто одноосібними, рішеннями вони спрямовують підприємства на шлях соціально відповідальної діяльності або, навпаки, в своїй діяльності не враховують думки зацікавлених сторін чи вплив на навколишнє середовище [3].

Отже, вибір напрямів і форм соціально спрямованої діяльності підприємств малого бізнесу часто носить випадковий несистематичний характер і залежить від того, чи вважають керівники підприємств такий спосіб ведення бізнесу фінансово виправданим.

1. ISO – Management and Leadership Standards – ISO 26000 – Social Responsibility: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http:// https://www.iso.org/obp/ui/ru/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en 2. Мишковська О. П. Моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу / О. П. Мишковська // Наукові праці ЧДУ ім. П. Могили. Соціологія. – 2012. – Вип. 189. – С. 127-130. 3. Labocha E. Społeczna odpowiedzialność biznesu – moda, czy konieczność [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sob.edu.pl/wp-content/downloads/sob_moda_czy_koniecznosc.pdf.

Максимов М.С.
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

ПОВЕДІНКОВИЙ ПІДХІД В ФОРМУВАННІ ПРОГРАМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА 2016 – 2020 РР.

Важливим питанням є розробка та впровадження програм підтримки малого та середнього підприємництва. Але для того, щоби створити ефективне середовище підтримки підприємництва необхідно, з одного боку, розуміти особливості роботи органів влади, з другого – розуміти специфіку роботи підприємців, а також мати достатньо високий рівень навичок роботи з інформацією для того, щоб ув'язати пере з другом.

Автор приймає участь у розробці програми підтримки малого та середнього підприємництва в Харківській області з 2016 по 2020 рр. в даних тезах викладено результати аналітичної та дослідної роботи, що була проведена в процесі підготовки програми, а також представлено результати роботи.

Мета, яка ставилася перед початком роботи над програмою – створити такий механізм, який з одного боку був би ефективним в питаннях підтримки підприємництва, з іншого – був зрозумілим та міг бути контрольованим без значних зусиль.

Але просто за рахунок тих чи інших дій досягти значного підвищення ефективності будь яких програм навряд чи можливо, тому для розробки ефективних механізмів в підготовці програм взято принципи поведінкової економіки: теорія обмеженої раціональності Герберта Саймона, теорія перспектив та евристики Данієля Канемана[1], поняття про ємність короткострокової пам'яті людини (правило сім плюс мінус два) Герберта Міллера, та поняття про когнетивне навантаження та поняття про ризик та невизначеність.

На базі цих досліджень сформульовано базові принципи розробки документів та роботи з організацією:

Загальні поняття:

- Людина має обмежені можливості мислення та прийняття рішень.[2]
- Для того, щоб рішення можна було приймати ефективно потрібні обмежені масиви даних не більше 7, максимум 9 об'єктів за один раз (людей в процесі, елементів на сторінці, ін.)[3]
- З класифікованими об'єктами простіше працювати ніж з некласифікованими (когнітивне навантаження).[4]
- На ризик виникає, якщо присутня невизначеність.[5]

Практичні принципи:

- В сфері програмного забезпечення усунення помилки на етапі проектування в 20 разів дешевше, ніж на етапі реалізації.
- Засоби роботи та затрати для передачі завдання для різних категорій виконавців – різні.
- Ефективніше працювати за групою, ніж по одному.
- Ефективніше проектувати та впровадження рішення одночасно для групи із однаковим чи схожим складом, ніж для групи, представники якої мають різнонаправлені інтереси.
- Тільки за наявності чітких якісних або кількісних оцінок можна приймати ефективні рішення.
- Частні рішення більш ефективні в конкретній ситуації, ніж загальні.

Алгоритм роботи:

- Програма повинна мати визначеність щодо наявної ситуації та цілей, які стоять перед програмою.
- Для аналізу і постановки цілей ефективно використовувати сучасні методики SWOT[6] – аналізу та постановки цілей за критерієм SMART[7].
- Невизначеність між двома точками повинна бути усунена конкретними заходами запланованими у часі.
- Кількість всіх заходів перевищує 9, тому потрібно розділити всі заходи на групи.
- Групи ефективно розділяти за принципами відповідальності, активності, мотивів (основний розробник програми, розробники програми, вигодоодержувачі: підприємства та підприємці, об'єднання вигодоодержувачів - підприємств та підприємців).

• Ефективність підтримки буде зростати, якщо будуть враховуватися сфери роботи підприємців.

Залучення учасників, оформлення документів:

• В результаті роботи за програмою кожен учасник повинен реалізовувати загальний та особистий інтерес.

• Алгоритм роботи з учасниками: виявити особистий інтерес, зв'язати його з загальним інтересом за програмою, запропонувати конкретні дії, підтримати та проконтролювати реалізацію запланованих дій.

• Документ (програма) має бути структурований за послідовністю його реалізації (аналіз, цілі, реалізація, організація та контроль).

• Бажано, щоб одна ідея займала не більше ніж одну сторінку.

Ефективність роботи з підтримки підприємництва планується досягти за рахунок якісного аналізу ситуації, постановки цілей, розробки відповідного списку задач, підбору виконавців та якісного планування робіт.

Для аналізу використовується методика SWOT-аналізу, для постановки цілей – критерій S.M.A.R.T., для формулювання списку задач – використовуються принципи реінженерінгу бізнес-процесів[8], для підбору виконавців – теорії мотивації [9], для планування – Диаграма Гантта[10].

Таким чином досягається інформаційна цілісність та ефективність програми.

Друге питання, яке треба вирішити для ефективної реалізації програми – це класифікація усіх дій в рамках програми. Основним критерієм для проведення класифікація стала участь у ньому певних організацій.

Перший рівень – питання пов'язані тільки з самою програмою підтримки підприємництва.

Другий рівень – питання, що охоплюють сферу підтримки підприємництва.

Третій рівень – заходи, що спрямовані на підприємців загалом.

Четвертий рівень – заходи, що мають чітку цільову аудиторію, яке вужча, ніж підприємницька середа загалом.

З точки зору суб'єктів підприємництва запропонована класифікація за двома основними параметрами: по-перше це розмір бізнесу, по друге – сфера діяльності.

Класифікація за сферою проведена на основі державної Класифікацією видів економічної діяльності (ДК 009:2010).

Класифікація за розмірами проведена на основі останніх змін в Господарському кодексі України, внесених Законом України від 22.03.2012 № 4618-VI. В класифікацію за розмірами доданий один додатковий пункт «Само зайняті фізичні особи-підприємці», тому що складність ведення бізнесу в розрахунку тільки на себе та в розрахунку на себе та співробітників принципово відрізняється.

1. Канеман Д., Словик П., Тверски А. «Принятие решений в неопределенности». — Харьков: Гуманитарный Центр, 2005. — 629 с. 2. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS — Вып.3. 1993. 3. George A. Miller. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two . // The Psychological Review, 1956, vol. 63 — pp. 81—97. 4. What makes an interface intuitive? Understanding cognitive load and cognitive barriers to ease user experiences. // Uxmagazine Article No :799: [Електронний ресурс] – режим доступа http://uxmag.com/articles/cognition-the-intrinsic-user-experience. 5. Holton, Glyn A. (2004). Defining Risk // Financial Analysts Journal — 60 (6), — 19-25. 6. Майсак О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. — 2013. — № 1 (21). 7. George T. Doran. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives // Management Review. — Volume 70, Issue 11(AMA FORUM). — P. 35-36. 8. А.-В. Шеер Бизнес-процессы: Основные понятия, теория, методы. – М.: Логика Бизнеса, 1999. 9. William G. Huitt. Maslow's Hierarchy of Needs // Educational Psychology Interactive — 2007. 10. Wilson, James M.. Gantt charts: A centenary appreciation // European Journal of Operational —Research Volume 149, Issue 2 — Pages 430–437.

Матвій І.Є.
Національний університет «Львівська політехніка»
Мащакевич М.В.
Дрогобицький державний педагогічний університет ім. Івана Франка

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ЗАБАЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Інновації та інноваційна діяльність є у першу чергу актуальними для вітчизняних підприємств наукоємних високотехнологічних галузей, зокрема, таких як комп'ютерні та телекомунікаційні технології, хімія, фармацевтична промисловість, ракетобудування та авіабудування, приладобудування тощо. Проте інноваційна діяльність передбачає не лише практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, але і включає зміни в продуктах, процесах, маркетингу, організації та управлінні виробництвом. [1]

Так, Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Відповідно інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [2].

На сучасному етапі процесів інтеграції України в Європейське співтовариство з точки зору забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції важливим є саме більш широке використання інноваційних послуг та технологій підприємствами галузей, які є також важливими для економіки країни і не відносяться до когорти високотехнологічних. Це зокрема, стосується таких галузей як туризм, медицина, ІТ, сільське господарство тощо. Більш детально зупинимось на туристичній сфері.

Забезпечення розвитку туризму в Україні є важливим завданням. Для його виконання є усі передумови: вигідне географічне розташування, наявність значних природно-рекраційних та історико-культурних ресурсів, постійне зростання попиту на туристичні послуги (рис. 1.) тощо.

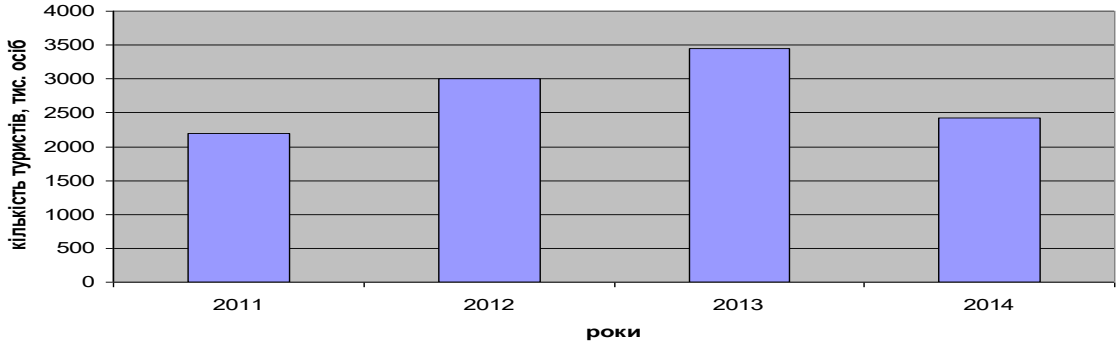


Рис. 1. Кількість туристів, які обслуговувались вітчизняними туристичними підприємствами
Джерело: [3]

Як відображає діаграма (рис.1), в період 2011-2013 р. кількість туристів, які обслуговувались вітчизняними суб’єктами туристичної діяльності постійно зростала, тільки в 2014 р. дещо зменшилася, що було зумовлено нестабільністю в країні (політична нестабільність, анексія Криму, окупація Донбасу, проведення АТО тощо).

Інноваційна діяльність у туризмі знаходить своє втілення у створенні нових або поліпшенні існуючих туристичних продуктів, удосконаленні транспортних, готельних та інших послуг, освоєнні нових ринків, упровадженні провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій, сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, нових підходів до задоволення потреб туристів [1].

Так, в країнах, де туризм є пріоритетною галуззю й які мають розвинену ринкову та туристичну інфраструктуру, інноваційні технології використовують для: підтримання інтересу до окремих туристичних об'єктів, залучення нових туристів, підвищення рівня їх комфорту та створення ексклюзивних послуг. Тоді як для України інноваційні технології важливі з позиції вирішення нагальних проблем у туристичній галузі (підвищення рівня сервісу, удосконалення матеріально-технічної бази, збереження пам'яток культури тощо) [4].

Розглянемо основні напрями використання інноваційних технологій для вітчизняних туристичних підприємств:

- використання при формуванні туристичного продукту, а саме: проведення рекламних заходів; інформування споживачів про новинки та акції; формування позитивного іміджу у туристів про фірму; просунення нових видів туристичних послуг (відвідування через мережу Інтернет-музеїв не тільки України, але і Світу) [4];

- використання для створення інформаційних туристичних продуктів, поєднуючи одночасно зусилля туристичної фірми, страхувальника, транспортної компанії, екскурсійного бюро, готелів, закладів харчування, які дозволятимуть через Інтернет споживачеві обирати послугу, а для учасників формувати конкурентноздатну товарну, цінову, інвестиційну та збутову політику;

- при організації готельного бізнесу використання так званих технологій «розумний будинок», що дозволяє більш раціонально використовувати всі наявні ресурси (воду, електроенергію, теплову енергію тощо), адже всім відомо що саме готелі є одними із найбільших споживачів цих ресурсів [4];

- використання сучасних автоматизованих систем для організації безпеки у готелях та ресторанах, управління інженерною інфраструктурою, складським господарством тощо, що дозволяє не тільки упорядкувати процес управління, але і раціонально використовувати всі наявні ресурси;

- забезпечення фінансової свободи туристів, а саме: зручні платіжні системи, не прив'язані до конкретних місць, які дозволяють не перевозити запаси готівкових коштів, дають відчуття свободи і стимулюють споживання культурно-освітніх і розважальних туристичних послуг в країні перебування.

Також варто зазначити, що в світовій практиці в туризмі широко використовуються інновації, спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби у комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачливістю та комплексністю, популяризуються інновації на транспорті (літак з прозорим корпусом), в готельному бізнесі (готелі і розважально-туристичні комплекси на намивних островах), застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, що здатні подовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг.

Отже, використання інноваційних послуг та технологій вітчизняними підприємствами туристичної галузі є необхідним у створенні нового привабливого туристичного продукту, забезпеченні його просування на ринку та формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни. І саме, така концепція розвитку малого та середнього туристичного бізнесу дозволяє підвищити ефективність і продуктивність системи його управління та створює передумови для забезпечення його конкурентоспроможності, адже дозволяє поєднати безпеку, комфорт та технічні можливості.

1. Чернікова В.І. Особливості інновацій у туризмі [Електронний ресурс] / В.І. Чернікова // Вісник ДІТБ. - 2012. - №16. - С.89-94. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/chernikova.htm 2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. - №40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15; 3. Статистичний щорічник України за 2014 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua; 4. Глєбова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі [Електронний ресурс] / А.О. Глєбова // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - №2 (8). - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm.

Матвій С.І., Олеськевич Р.А.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

Складні умови функціонування підприємств в ринковому середовищі за умов високого рівня конкуренції вимагають впровадження інноваційних технологій в управлінні бізнес-процесами для досягнення конкурентних переваг. Переважна більшість українських підприємств не достатньо враховують вплив динамічного зовнішнього середовища на перебіг власних бізнес-процесів і втрачають додаткові можливості інноваційного розвитку [1].

В економічній літературі не існує загальноприйнятого визначення поняття бізнес-процесу, підходи до його тлумачення варіюються у залежності від приналежності бізнес-процесів до певного виду діяльності. М. Портер визначає «бізнес-процес» як сукупність різних видів діяльності, в рамках якої на вході використовується один або більше видів ресурсів і в результаті цієї діяльності на виході створюється продукт, який має цінність для споживача [2].

Для кращого розуміння можливості використання інноваційних технологій в управлінні бізнес-процесами розглянемо саме поняття «інноваційних технологій».

Інноваційні технології — радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром. Зазвичай мають знижену капіталомісткість, характеризуються більшою екологічністю й меншими енергопотребами [3]. Отже, проаналізувавши сутність понять «бізнес-процес» та «інноваційні технології» можна розглядати «використання інноваційних технологій в управлінні бізнес-процесами» як систему змін у способах і методах управління виробництвом з використанням удосконалених чи принципово нових технологій, головною метою яких є комерціалізація результатів наукових досліджень і розробок.

Ефективність управління бізнес-процесами за допомогою інноваційних технологій на підприємстві прямо залежить від якості та повноти інформації, що використовується в процесі реалізації системи управління бізнес-процесами. Чим більше факторів враховує обрана (розроблена) підприємством система управління, тим швидше, точніше та адекватніше керівництво реагуватиме на зміну внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства [1].

Для реалізації системи управління бізнес-процесами з використанням інноваційних технологій необхідним є певний алгоритм – послідовність дій.

Алгоритм введення інноваційної технології у бізнес процес передбачає наступні кроки: 1. Ідентифікація «вузького місця» підприємства - визначення потреби в інноваційних технологіях. 2. Процес збору та аналізу потенційних шляхів вирішення проблеми за допомогою інноваційних технологій. 3. Проведення оцінювання та вибір найкращої «інноваційної технології». 4. Розробка та затвердження механізму впровадження інновації. 5. Реалізація плану, внесення корективів (при необхідності). 6. Аналіз результатів впровадження інноваційних технологій в управління бізнес-процесами.

Основним критерієм вибору інноваційної технології є очікувана ефективність від її впровадження, що забезпечує зниження витрат на виробництво, підвищення результативності, конкурентоспроможності та рентабельності підприємства.

Отже, вдосконалення управлінням бізнес-процесами можливе за рахунок інноваційного оновлення технологічної бази підприємства, що дає змогу забезпечувати розвиток його виробничого потенціалу.

1. Смоляр Л.Г., Здрилюк Л.А. Управління бізнес-процесами у сфері технологічних інновацій на підприємстві [Електронний ресурс] / Л.Г. Смоляр // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2013. - № 12. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2599. 2. Дороніна М.С. Управління бізнес – процесами підприємства / М. С. Дороніна // Вісник ХДЕУ. – 2001. – № 2. – С. 64-70. 3. Інноваційні технології (матеріал з вікіпедії) [Електронний ресурс] . – Режим доступу: https://goo.gl/uzXWEy.

Мірошник Р.О., Наливайко У.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки України у діяльності підприємств значну роль відіграють інновації та їх ефективне фінансування. Впровадження інноваційних процесів сприяє нарощуванню виробничих потужностей підприємства, покращенню умов праці, застосування нових технологій та зразків техніки, впровадженню закордонного досвіду в процес управління підприємством, зростанню конкурентоспроможності продукції та послуг, а, також, розвитку виробничої, збутової, торгівельної, фінансової та іншої діяльності суб'єктів господарювання.

Управління фінансовою діяльністю підприємства – це вид професійної діяльності, направленої на управління фінансово-господарським функціонуванням підприємства. Управління фінансовою діяльністю є одним з ключових елементів всієї системи сучасного управління підприємством [1, с. 359].

Інноваційний процес – це комплексний, керований процес, спрямований на створення, упровадження і використання принципово нової або модифікованої новини, що задовольняє конкретні суспільні потреби і дає економічний, технічний або соціальний ефект [2].

Інноваційний процес можна досліджувати у вигляді деякої тимчасової послідовності наступних етапів: пошукові дослідження (ідея), науково-дослідні (НДР) і дослідно-конструкторські роботи (ДКР), підготовка виробництва, виробництво й реалізація наукоємної продукції або послуг. Така послідовність етапів дозволяє провести оцінку ефективності фінансування інноваційних проектів на етапі їх підготовки та реалізації [2].

Інноваційний процес – це сукупність послідовних дій, в результаті яких з ідеї створюється технологія, конкретний продукт чи послуга, яка задовольняє потреби суспільства та приносить бажаний ефект підприємству. Інноваційний процес є безперервний і не закінчується на етапі впровадження нового продукту чи технології.

На стадії розробки інноваційного процесу передбачається дослідження та оцінка обраної галузі, розробка конкретного продукту чи послуги, розрахунок обсягів необхідних інвестицій, пошук джерел фінансування, а також визначення потреби у матеріальних, трудових та інших видах ресурсів. На стадії виробництва інноваційної продукції найбільша увага приділяється ресурсозберігаючим технологіям, оскільки використання останніх забезпечить вищий рівень конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку. Останньою стадією інноваційного процесу є реалізація конкретного товару, технології чи послуги. Вона передбачає розроблення маркетингової політики, пошук шляхів збуту інноваційної продукції чи послуг, підвищення рівня прибутковості підприємства, створення каналів розподілу та бази споживачів тощо.

На розвиток інноваційного процесу впливають [3, с. 208]:

- стан зовнішнього середовища, у якому він проходить (тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державного регулювання, рівень освіти, організаційні форми взаємодії науки і виробництва тощо);
- стан внутрішнього середовища окремих організаційних і господарських систем (фінансові та матеріально-технічні ресурси, застосування технологій, зв'язки з зовнішнім середовищем та ін.);
- специфіка самого інноваційного процесу як об'єкта управління.

Сутність фінансового забезпечення інноваційних процесів полягає у виділенні певної суми ресурсів з одночасним встановленням джерел їх фінансування для здійснення проектів, робіт, заходів науково-технічної та інноваційної діяльності підприємств і організацій. Фінансове забезпечення є однаково визначальним для всіх етапів і стадій інноваційного процесу: науково-технічної діяльності, стадії новаторської творчості та стану впровадження досягнень науки і техніки у виробництво. Фінансування інноваційних процесів супроводжується зміною в структурі активів та пасивів підприємства, впровадження інновацій впливає на зміну розміру доходів, витрат, прибутку, а, отже, зміни в фінансовому стані підприємства [4].

Слід зазначити, що до інноваційного процесу на підприємствах прийнятним є застосування поняття «фінансування», а не «інвестування». Це пов'язано з тим, що очікуваний результат від

впровадження інновацій у виробничий процес підприємства є не лише у формі прибутку, але й у вигляді соціального ефекту. Таким чином, фінансування інноваційного процесу – це процес залучення фінансових ресурсів у інноваційний процес на підприємство у грошовій формі з метою досягнення економічного та соціального ефекту [5].

Джерелами фінансування інноваційних проектів можуть бути: власні фінансові кошти організації та її внутрішньогосподарські резерви; позикові фінансові кошти; залучені фінансові кошти від продажу акцій або одержані у вигляді пайових та інших внесків членів трудових колективів, громадян, юридичних осіб; кошти, що перебувають у централізованому володінні об'єднань підприємств; кошти позабюджетних фондів; кошти Державного бюджету; кошти іноземних інвесторів [6, с. 32-33].

Для виконання невеликих за обсягом інноваційних проектів використовують власні фінансові кошти суб'єктів господарювання. За кошти внутрішньогосподарських резервів можна оновити виробництво, модернізувати обладнання, здійснити науково-дослідні проекти, зміцнити матеріально-технічну базу підприємства тощо. Позикові фінансові кошти включають кредити банків, іноземні інвестиції, кошти Державного бюджету України, кошти місцевих бюджетів. Підприємства залучають іноземні інвестиції при реорганізації виробництва, диверсифікації діяльності, впровадження нових технологій та техніки. Досвід господарювання іноземних інвесторів значно підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку. До залучених коштів відносять кошти від емісії та продажу акцій, а також внески спонсорів. Доброчинні внески спонсорів надаються в тому випадку, коли інноваційний проект підприємства має соціальний характер та є важливим для суспільства.

Інноваційні процеси на підприємстві слід впроваджувати не хаотично, а в контексті спланованого інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. Наприклад, Ілляшенко С.М. трактує поняття «інноваційний розвиток підприємств» як визначений безперервний рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для його прогресивного розвитку [7, с. 15-20]. Отже, інноваційні процеси на підприємстві повинні бути постійними та незмінними, мати чітко визначений план впровадження в за видами та сферами діяльності суб'єкта господарювання. Важливе значення також мають призначення конкретних виконавців та відповідальних посадових осіб за реалізацію інноваційних процесів у діяльності підприємства.

Таким чином, інноваційний процес – це безперервний комплекс дій від ідеї до впровадження конкретного продукту, послуги чи технології на ринок. На сучасному етапі розвитку економіки України для ефективного функціонування кожне підприємство повинне впроваджувати інноваційні процеси. Впровадження таких процесів дозволяє підприємству розширювати асортимент товарів чи послуг, виходити на нові ринки збуту продукції, підвищує конкурентоспроможність підприємства, дозволяє впроваджувати нові технології тощо. Ефективне управління фінансовою діяльністю дасть змогу проаналізувати необхідну кількість фінансових ресурсів для впровадження інноваційних процесів та беззбиткове їх функціонування.

1. Менеджмент: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. Г.В Щокіна, М.Ф. Головатого, О.В. Антонюка, В.П. Сладкевича. – К.: МАУП, 2007. – 816 с.: - Бібліогр.: у кінці розділів. 2. Сербенівська А. Ю. Сутність та значення інноваційних процесів в діяльності підприємст / А. Ю. Сербенівська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua. 3. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. / Н. В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с. 4. Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств – Конащук В.Л. Лисенко Л.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_5_197.pdf. 5. Основні підходи щодо визначення сутності та джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств України / Симоненко Д.С. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Випуск 4 (47) – с. 98-104. 6. Стадник, В.В. Інноваційний менеджмент [Текст] / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2006. – 464 с. 7. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.

Музиченко-Козловська О.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

МЕТОДИКА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДА МІСТА (НА ПРИКЛАДІ М. ЛЬВОВА)

У сучасному мобільному світі, коли відсутні транспортні перепони між країнами, зростає туристичний інтерес до різних місцевостей. Однак різноманітні несприятливі фактори вносять корективи у вибір туристами місця відпочинку чи подорожі. Остаточний вибір місця мандрівки часто залежить від інформації про країну чи місто, яку отримують у засобах масової інформації та вражень інших відвідувачів. Так формується імідж, бренд, торговельна марка. У боротьбі за відвідувачів підвищується конкуренція на ринку туристичних послуг. В таких умовах актуальним стає використання маркетингових стратегій в управлінні іміджем туристичних місць, до яких належить брендинг територій.

Проблеми брендингу міст досліджували багато вчених. Зокрема, маркетинг місць та туристичний брендинг вивчали Ф.Котлер [1]; А.П.Панкрухін [2]; І.В.Арженовский [3]; А.А.Мазаракі [4]; С.В.Мельниченко [5]; В.В.Козирєв [6] тощо.

Загальне уявлення про бренд представляється у вигляді логотипа та гасла, а брендинг – як просування цього символу. Туристичний бренд – це не лише візуальний образ місця, це люди з їхнім ставленням до території, де вони проживають, це товари, які вироблені в межах цієї території, це інвестиційна та туристична привабливість тощо.

Формування туристичного бренда міста потребує здійснення маркетингових досліджень, з допомогою яких аналізують ситуацію щодо сприйняття теперішнього туристичного іміджу міста. Насамперед визначають переваги міста, його особливі ознаки, які вирізняють його серед інших міст, а також оцінюють його туристичний потенціал.

Оскільки туристичний бренд міста є лише частиною політики пропаганди туристичної галузі, для досягнення мети – підвищення іміджу м. Львова та збільшення кількості туристів, – необхідно впроваджувати сучасні маркетингові засоби просування, тобто розробити та реалізувати стратегічний план туристичного брендингу міста.

Новий туристичний бренд міста формують за таким алгоритмом: формування ідеї бренда; оцінювання туристичного потенціалу міста за такими факторами, як географічне розташування (природні і антропогенні ресурси), інфраструктура туризму (засоби розміщення, інвестиції), маркетингова політика (ціни, інформаційне забезпечення), якість довкілля, загальний імідж країни (політична ситуація, економічна стабільність, безпека); розроблення логотипу, гасла і brand book; аналізування цільової аудиторії, позиціонування бренда, розроблення стратегії просування бренда. Основним у просуванні та формуванні привабливого іміджу міста є стратегія управління процесом.

Для формування туристичного бренда м. Львова доцільно використати модель стратегії його просування, яка зображена на рисунку.

Розглянемо детально кожен з етапів стратегії просування туристичного бренда м. Львова.

Етап І. Оцінювання існуючої ситуації на туристичному ринку міста, у т.ч. бренда м. Львова.

Етап ІІ. Визначення змісту туристичного бренда міста Львова. Цей етап передбачає аналізування цільової аудиторії; визначення місії і цілей туристичного бренда; вибір методів туристичного брендингу. Місія – сформувати позитивну асоціацію про м. Львів.

Етап ІІІ. План просування туристичного бренда м. Львова. Стратегічний план туристичного брендингу міста є узагальненням усіх попередніх етапів і може визначати один із напрямів розвитку території, якщо туристична галузь визнана на рівні держави пріоритетною. Результатом реалізації запропонованого стратегічного плану просування бренда м. Львова має бути приваблення оптимальної кількості туристів та інвесторів у місто через чітку візуальну ідентифікацію, в основу якої має бути покладено власну ідентичність.

Етап IV. Реалізація плану просування туристичного бренда м. Львова може здійснюватись групою планування Відділу промоції міста Львівської міської ради.

Етап V. Оцінювання ефективності бренда м. Львова здійснюють, аналізуючи досягнення з попереднього етапу та за умови його нереалізації – повернення до І-го етапу.

Результатом реалізації запропонованого стратегічного плану просування бренда Львова має бути приваблення оптимальної кількості туристів та інвесторів у місто через чітку візуальну ідентифікацію, в основу якої має бути покладено власну ідентичність.

Рис. Схема стратегії просування туристичного бренда міста

Отже, стратегія просування туристичного бренда міста передбачає такі етапи: оцінювання існуючого туристичного бренда міста; визначення змісту бренда; формування плану просування туристичного бренда; реалізація плану просування туристичного бренда та оцінювання ефективності бренда міста.

1. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы [Текст] /Ф. Котлер, К. Асплунд, И.Рейн, Д.Хайдер: пер. с англ. – Стокгольмская школа экономики. – 2005. – 376 с. 2. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий [Текст] / А.П. Панкрухин. – С.-Пб.: Питер, 2009. – 416 с. 3. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов [Текст] / И.В. Арженовский. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 135 с. 4. Мазаракі, А.А. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2013. – 388 с. 5. Мельниченко, С.В. Брендинг у туристичному бізнесі: теоретичні аспекти / Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: монографія / під ред. д-ра екон. наук, проф. Кизима М.О., канд.екон.наук, проф. Єрмаченко В.Є. // С.В.Мельниченко, О.Г.Авдан. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 472 с. 6. Козырев, В.В. Бренд территории: экономическая и психологическая сущность / В.В.Козырев // Российское предпринимательство. – 2011. - № 2 (50). – С. 100-104.

Nowacki R., Wasilik K.
Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa

INNOWACYJNE USŁUGI BIZNESOWE W KREOWANIU KONKURENCYJNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

Przesłanką powstania niniejszego opracowania jest przekonanie o kluczowej roli małych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju gospodarczym kraju. Stanowią one ponad 99% wszystkich podmiotów rynkowych, wytwarzają ponad połowę wartości dodanej brutto i generują większość miejsc pracy na rynku. Są przy tym materią niezwykle dynamiczną – z jednej strony charakteryzują się dużą elastycznością i zdolnością dostosowywania się do zmian rynkowych, z drugiej cechuje je wrażliwość na niekorzystne trendy rynkowe skutkująca niską przeżywalnością. Funkcjonując w warunkach silnej rywalizacji rynkowej zmuszone są do ciągłego poszukiwania dróg doskonalenia własnego potencjału konkurencyjnego i źródeł budowania przewagi konkurencyjnej. Znaczącą rolę odgrywać mogą w tych procesach zachowania proinnowacyjne. Innowacyjność pełni dzisiaj kluczową rolę w rozwoju i kształtowaniu konkurencyjności wszystkich przedsiębiorstw, bez względu na wielkość, lokalizację, czy sektor działalności. Wykorzystanie rozwiązań innowacyjnych dotyczyć może różnych aspektów zarządzania organizacją, w tym korzystania z usług biznesowych. Wzrost ich znaczenia w funkcjonowaniu przedsiębiorstw wynika z postępującego rozwoju cywilizacyjnego i serwicyzacji gospodarek, co z kolei stymuluje wzrost konkurencji w tym sektorze. Podmioty świadczące usługi biznesowe dążą do oferowania rozwiązań coraz bardziej innowacyjnych, które przyczyniać się mogą do wzrostu efektywności procesów zachodzących w wykorzystających je przedsiębiorstwach.

Celem opracowania jest analiza skali wykorzystania przez przedsiębiorstwa należące do sektora MSP w Polsce usług biznesowych i ocena ich innowacyjności oraz wpływu na konkurencyjność korzystających z nich podmiotów. Dla potrzeb realizacji powyższego celu autorzy stawiają kilka pytań badawczych:

– Jaka jest skala korzystania przez MSP z usług biznesowych?
– Z jakich usług biznesowych MSP korzystają najczęściej?
– Jak menedżerowie MSP oceniają nowoczesność i innowacyjność usług biznesowych?
– Jaki jest wpływ innowacyjnych usług biznesowych wykorzystywanych przez MSP na ich konkurencyjność?

Realizacji celu opracowania służy analiza wyników badań przeprowadzonych wśród menedżerów zarządzających działającymi w Polsce przedsiębiorstwami należącymi do sektora MSP, zróżnicowanymi pod względem branży (produkcja, handel, usługi) i lokalizacji (w rozbiciu na województwa i według grup regionów wyodrębnionych ze względu na poziom rozwoju społeczno-gospodarczego i atrakcyjności inwestycyjnej określonych na podstawie danych GUS oraz rankingu Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową). Badania przeprowadzone zostały na przełomie 2014 i 2015 roku na warstwowo-kwotowej próbie 357 podmiotów. Pomiary przeprowadzano metodą wywiadów bezpośrednich "face to face", na podstawie kwestionariusza przygotowanego przez autorów opracowania. Przedmiotem badań była problematyka skali i zakresu wykorzystywania usług biznesowych z wyodrębnieniem dziesięciu kategorii tych usług (telekomunikacyjne, związane z oprogramowaniem, w zakresie informacji, prawnicze, rachunkowo-księgowe i doradztwa podatkowego, związane z zarządzaniem i konsultingowe, w zakresie badań naukowych i prac rozwojowych, reklamowe, badania rynku i opinii publicznej oraz związane z zatrudnieniem), ich wieloaspektowa ocena w kontekście jakości i innowacyjności, czynniki stymulujące i bariery uniemożliwiające podnoszenie innowacyjności usług biznesowych, ocena współpracy z firmami świadczącymi uslugi biznesowe, identyfikacja korzyści osiąganych dzięki korzystaniu z usług biznesowych, w tym ich wpływ na działalność i pozycję konkurencyjną MSP, a także ocena konkurencyjności badanych podmiotów. Opracowanie uwzględnia analizą danych przy pomocy istotnych statystycznie wskaźników struktury i miar korelacji pomiędzy opisywanymi zmiennymi (test chi-kwadrat i współczynnik Czuprowa).

Analiza danych statystycznych odnoszących się do rozwoju sektora usług biznesowych w Polsce wskazuje na jego systematyczny rozwój. Zwiększa się liczba świadczących je podmiotów i zatrudnienie w tych podmiotach, dynamika obrotów jest rosnąca, rozwijają się nowe formy organizacyjne ich świadczenia (np. centra usług biznesowych), a także eksport. Sprzyja temu zarówno rozwój polskiej gospodarki, jak i jej

relacje międzynarodowe, w tym korzystna lokalizacja w Europie Centralnej oraz przewagi kosztowe i kompetencyjne w porównaniu z innymi krajami. Z prowadzonych badań wynika też, że udział firm aktywnych innowacyjnie wśród wszystkich podmiotów świadczących usługi biznesowe waha się – w zależności od rodzaju świadczonych usług – od 38% do 57%. Działające w Polsce małe i średnie przedsiębiorstwa nie wykorzystują jednak oferty usług biznesowych w sposób optymalny. Korzystają z nich wybiórczo, sięgając przede wszystkim po usługi telekomunikacyjne, rachunkowo-księgowe, informatyczne czy reklamowe, które – poza ostatnimi – w stosunkowo małym stopniu budują przewagę konkurencyjną. Zdecydowanie rzadziej korzystają z oferty firm świadczących usługi znacznie bardziej wyspecjalizowane, takie jak badania naukowe, rynku i opinii publicznej oraz prace rozwojowe czy konsulting (a więc te, które w największym stopniu przyczyniać sie mogą do poprawy pozycji konkurencyjnej), co jest efektem nie zawsze właściwego przekonania kadry zarządzającej MSP o przydatności takich usług lub pojawiającej się bariery związanej z możliwościami finansowymi. Niepokojącym może być również fakt, że polskie MSP stosunkowo często deklarują zmniejszanie nakładów na korzystanie z usług biznesowych, uzasadniając to pogorszeniem sytuacji finansowej lub negatywną oceną jakości tych usług. Wpływu na to nie ma natomiast ocena nowoczesności usług biznesowych – ogólnie są one postrzegane jako innowacyjne (co deklaruje ponad połowa badanych menedżerow). W największym stopniu doceniana jest innowacyjność usług biznesowych o charakterze technicznym (telekomunikacyjne, informatyczne, informacyjne, badań naukowych i prac rozwojowych), najrzadziej dotyczy to usług prawniczych i finansowo-księgowych. Podstawowym czynnikiem warunkujących innowacyjność usług biznesowych jest, zdaniem menedżerów małych i średnich przedsiębiorstw, wysoki poziom kompetencji pracowników je świadczących, w nieco mniejszym stopniu decydują o tym nowoczesne metody świadczenia takich usług oraz dostęp do funduszy wspierających działalność proinnowacyjną.

Rozpatrując efekty korzystania z innowacyjnych usług biznesowych co trzecie małe i średnie przedsiębiorstwo deklaruje osiąganie z tego tytułu dużych lub bardzo dużych korzyści. Menedżerowie wymieniają zarówno czynniki, które na konkurencyjność wpływają, takie jak obniżenie kosztów działalności, pozyskiwanie nowych klientów, doskonalenie relacji z klientami, czy też poprawę wizerunku firmy, jak i wskazują bezpośrednio na wzrost konkurencyjności. Pytani wprost o znaczenie korzystania z innowacyjnych usług biznesowych dla konkurencyjności w większości deklarują, że jest ono duże bądź bardzo duże.

Prezentowane rezultaty badań są zróżnicowane ze względu na wielkość badanych przedsiębiorstw. Wyższe wskaźniki dotyczące zakupu usług biznesowych i ich oceny zdecydowanie częściej charakteryzują przedsiębiorstwa średnie, małe zazwyczaj i korzystają z usług biznesowych rzadziej, i oceniają je nieco gorzej. Wpływ na deklarowane opinie ma również lokalizacja MSP. Większa aktywność w zakupie usług biznesowych charakteryzuje małe i średnie przedsiębiorstwa działające w regionach o największej dynamice rozwoju społeczno-gospodarczego, w których zlokalizowane są ośrodki naukowo-badawcze i dobrze rozwinięte zaplecze infrastruktury biznesowej. Są one też bardziej skłonne przyznawać innowacyjnym usługom biznesowym większe znaczenie. Znacznie gorzej przedstawia się sytuacja w regionach słabiej rozwiniętych. Ocena innowacyjności usług biznesowych jest tam bardziej krytyczna, częściej wskazuje się brak możliwości korzystania z nich i ich mniejszy wpływ na sytuację konkurencyjną.

Пшик-Ковальська О.О., Мірзоєва Д.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ТА ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

В сучасних умовах велику роль відіграють інновації, які дають змогу вивести національну економіку на новий рівень та забезпечити її розвиток. На сьогоднішній день економіка України знаходиться у кризі, яка погіршується нестабільною політичною ситуацією та введенням війни. Тому необхідно формувати способи подолання цієї кризи. Зважаючи на це, в Україні доцільно розвивати реальний сектор економіки, а насамперед – малий та середній бізнес. Для того, щоб не тільки розвинути, але й підвищити конкурентоспроможність малого та середнього бізнесу потрібно впроваджувати інновації. Ця проблема є дуже актуальною тому, що зараз в Україні є досить багато інноваційних розробок, які продаються закордон, хоча можуть бути впроваджені всередині країни і розвивати реальний сектор. Розглянемо переваги малого та середнього бізнесу для розвитку економіки України та доцільність впровадження інновацій в ці види бізнесу (рис.1).

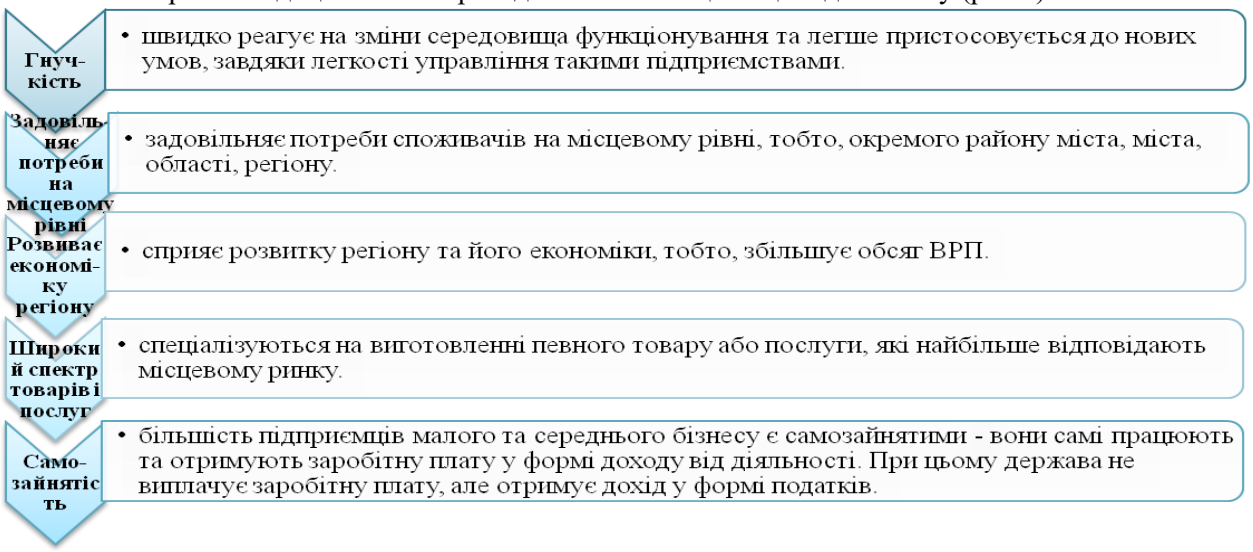


Рис. 1. Переваги малого та середнього бізнесу для розвитку економіки України (сформовано на підставі [1,2])

Варто зазначити, що в Україні є досить потужний інноваційний потенціал (багато різноманітних розробок та інноваційних ідей, які доцільно реалізувати). Зважаючи на це, доцільно було б пов’язати дві сфери: інновації та бізнес. Набагато вигідніше використовувати вітчизняні розробки ніж купувати їх за кордоном. Адже інновації можуть здійснюватись у багатьох напрямках: виробництво, нове програмне забезпечення для покращення комунікацій на підприємствах, інновації в управлінні тощо. Для реалізації цієї ідеї необхідно докласти зусиль у напрямку розвитку та популяризації інноваційних можливостей України (рис. 2)

Рис. 2. Складові механізму впровадження інновацій у малому та середнього бізнесу

Доцільно зауважити, що інноваційні можливості корелюють із фінансовим забезпеченням для заохочення та підтримки науковців та талановитої молоді. Важливою складовою механізму впровадження інновацій у малому та середньому бізнесі є популяризація створених інновацій підприємцям, шляхом проведення різноманітних виставок, ярмарок тощо. Разом із популяризуванням інновацій, доцільно формувати стимули для підприємців, щоб у них виникали мотиви впроваджувати інновації. Таким чином, держава може розвивати і наукову сферу, і реальний сектор економіки, зокрема, малий та середній бізнес.

1. Васильців Т. Г., Іляш О. І., Міценко Н. Г. Економіка малого підприємства / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко. – Навчальний посібник – Київ: Знання, 2013 - [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://pidruchniki.com/1419050260919/ekonomika/perevagi_nedoliki_malih_pidpriyemstv. 2. Ільчук М. М., Іщенко Т. Д., Збарський В. К. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу / М. М. Ільчук, Т. Д. Іщенко, В. К. Збарський та ін. – Навчальний посібник – Київ: вища освіта, 2002 - [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://buklib.net/books/35079.

Савіна Н.Б.
Національний університет водного господарства та природокористування

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТОКИ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Розвиток логістики означає перехід від локальних господарських систем до інтегрованих структур, що об'єднані в межах ланцюгів поставок потоками та відповідною інфраструктурою. На підставі аналізу наукових підходів до окреслення сутності поняття логістичної системи [1, с. 116-117; 0, с.155; 3, с. 16; 4, с.2; 5, с. 36] приймаємо таку точку зору, що під логістичною системою розуміємо складну структуровану мікро-, мезо- або макроекономічну систему, що складається із взаємопов'язаних системою управління матеріальними та супутніми їм потоками ланок, які об'єднані спільними цілями. Саме в логістичній системі матеріальний потік трансформується, що передбачає зміну параметрів часу, місця, кількості, складу, структури і якості.

Будь-які переміщення матеріальних потоків супроводжуються зворотнім переміщенням фінансових потоків, котрі з точки зору фінансової діяльності трактуються як притоки і відтоки грошових засобів протягом певного періоду часу [6, с.18]. Виходячи з інфраструктури логістичних процесів економічної діяльності, фінансові потоки мають місце при формуванні трансакції, банківському обслуговуванні, страхуванні та інше.

Інформаційний та фінансовий потоки в логістичних системах доцільно розглядати як функціонально пов'язані з тих причин, що будь-який фінансовий потік має у своєму складі інформаційний потік, який визначає розмір, термін, інтенсивність фінансових потоків.

Саме від повноти, достовірності, своєчасності інформації про стан системи, що управляється та її елементів, залежить точність та швидкість отриманих на її основі управлінських рішень, а в кінцевому підсумку – ефективність функціонування логістичної системи в цілому.

Сучасні умови господарювання пред'являють до фінансово-економічної інформації певні вимоги серед яких, по-перше можна виділити корисність для здійснення процесів управління та достовірність. Як недостовірна, так й зайва інформація викликає ускладнення структури, збільшення трудовитрат управлінського персоналу, збільшують непродуктивні витрати часу обробки інформації, що в свою чергу негативно впливає на процеси управління.

Ще одна вимога – це своєчасність надходження інформації до користувача. Затримка надходження інформації зменшує її корисність, знижує ефективність рішень керівників та функцій виконавців. Саме це порушує ритм функціонування системи управління.

Враховуючи, що характеристиками інформації є кількість інформації (визначається сукупністю даних, що необхідні для формування управлінських рішень) та склад і характер (інформація може бути систематизована (звіти, форми, бланкові документи) або несистематизовані (інформація, що поступає епізодично, як результат зміни середовища), то процес управління фінансовими потоками завжди передбачає отримання, передачу, обробку і використання відповідної інформації. Відповідно до структури системи логістики інформаційне забезпечення є вкрай важливим і потребує групування інформаційних потоків.

Таблиця

Види інформаційних потоків у логістиці

Напрямок класифікації	Вид інформаційного потоку
Залежно від виду систем, які пов'язуються потоком:	– горизонтальний потік - належить до одного рівня ієрархії логістичної системи;
	– вертикальний потік - від верхнього рівня логістичної системи до нижнього та навпаки
Залежно від місця проходження	– зовнішній потік циркулює між логістичної системою і зовнішнім середовищем
	– внутрішній потік циркулює всередині логістичної системи або між її окремими елементами
Залежно від напрямку по відношенню до логістичної	– вихідний потік, що забезпечує отримання інформації системою або її елементами

системи	– вихідний потік, що видає інформацію до іншого елемента системи
За видом носіїв інформації	– на паперових носіях
	– на магнітних носіях
	– електронні
	– інші
Залежно від призначення	– директивні (управляючі);
	– норматив но-довідкові;
	– обліково-аналітичні;
	– допоміжні.
За доступністю	– відкриті або доступні для чисельного загалу;
	– закриті, в яких інформація доступна для обмеженої кількості суб'єктів.

Джерело: власна розробка

Викладене свідчить про певну особливу реструктуризацію відносин між окремими складовими логістичних потоків: матеріальних, фінансових та інформаційних. З причин високої інформаційної невизначеності щодо перспектив попиту на логістичні продукти логістичної системи країни (внутрішнього та зовнішнього попиту) зростає пріоритет прогнозних інформаційних потоків, при цьому ретроспективна інформація часто не може відігравати вирішальну роль. Одним з засобів, які дозволяють врахувати динаміку елементів логістичної системи, маже стати адаптивне управління.

Завдяки логістичним системам відбувається гармонізація інтересів всіх учасників логістичного процесу.

1. Уваров С. А. Логистика : общая концепция, теория и практика / С. А. Уваров. – СПб. : Инвест-НП, 1996. – 232 с. 2. Чернишов М. А. Муниципальная экономика: логистическая концепция. – Ростов-на-Дону : Рост. гос. строит. ун-т, 1998. – 230 с. 3. Крикавський Є. В. Логістичні системи: навч. посібник / Є. В. Крикавський, Н. В. Чорнописька. – Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2009. – 264 с. 4. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт ; пер с 4-го англ. изд. – XXXII. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с. 5. Гаджинский А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – М. : Маркетинг, 2000. – 375 с. 6. Бирман Г. Экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт; пер. с англ. под ред. Л. П. Белых. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 631 с.

Стефінін В.В., Ціжма Ю.І.
ДВНЗ “ Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

В умовах глибокої економічної кризи, яка спіткала Україну в даний час, проблема безробіття стала однією з найголовніших у вітчизняній економіці, оскільки як би бездоганно не працював ринковий механізм, він не в змозі забезпечити повну зайнятість.

Рівень безробіття з початку економічної кризи має тенденцію до підвищення, якщо в 2013 році цей показник становив 7,3%, то вже на вересень місяць 2015 року він зріс на 1,7% і становив 9,0%.

Станом на 1 січня 2016 року на одну вакансію в середньому по Україні претендувало 19 безробітних (станом на 1 січня 2015 року – 14 осіб). Найбільше претендентів на одне вільне робоче місце спостерігалось у фінансовій та страховій діяльності (95 осіб), в сільському господарстві, лісовому господарстві та рибному господарстві (87 осіб), а найменше – у сфері охорони здоров'я; на транспорті, складському господарстві, поштовій та кур'єрській діяльності та освіті (по 6 осіб). Найбільше претендентів на одну вакансію – серед кваліфікованих робітників сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства (74 особи), а найменше – серед кваліфікованих робітників з інструментом (9 осіб). У порівнянні з даними станом на 1 січня 2015 року, збільшення чисельності осіб, які претендували на одну вакансію, відбулося серед усіх професійних груп або залишилось на тому ж рівні, зокрема серед Законодавці, вищих державних службовців, керівників (з 22 до 35 осіб), серед представників найпростіших професій (з 15 до 26 осіб) та кваліфікованих робітників сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства (з 67 до 74 осіб). [3]

Однією з можливостей зниження рівня безробіття є публічно-приватне партнерство, котре в Україні отримало назву «державно-приватне партнерство». Відповідно до Закону України "Про державно-приватне партнерство" це співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами - підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору. [1]

Проте в ЗУ можливості публічно-приватного партнерства обмежені довготривалістю відносин (від 5 до 50 років) та сферами застосування (пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування, виробництво, транспортування і постачання тепла та розподіл і постачання природного газу; будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури; машинобудування; збір, очищення та розподілення води; охорона здоров'я; туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт; забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем; оброблення відходів; виробництво, розподілення та постачання електричної енергії; управління нерухомістю).

Застосування державно-приватного партнерства згідно чинного законодавства не передбачає соціально-сервісних договорів. Тому, на нашу думку, приватно-публічне партнерство потрібно трактувати як взаємовигідне коротко-, середньо- і довгострокове співробітництво між державою і юридичними особами чи фізичними особами, що реалізується в різних формах (починаючи від контрактів на виконання робіт, акціонування і закінчуючи соціальних-сервісними договорами), які ставлять за мету вирішення політичних і суспільно важливих завдань на національному, регіональному та місцевому рівнях.

В основі формування соціально-сервісних договорів у сфері зайнятості повинна стати Державна служба зайнятості (ДСЗ). Таким чином ДСЗ зменшила цілий комплекс проблем, а саме: зниження рівня безробіття, виплат допомоги по безробіттю, збільшення надходження податкових платежів, купівельної спроможності населення.

У період економічної кризи через зменшення економічної активності, відсутність фінансових ресурсів перше місце у підприємствах посідає оптимізація, модернізація і реорганізація своє діяльності, що перш за все впливає на збільшення безробіття. Тому публічно-приватне партнерство з ДСЗ набуває нових можливостей для ліквідації негативних наслідків. Важливим елементом взаємодії ДСЗ і підприємств могли б стати публічно-приватні договори про відбір персоналу на базі ДСЗ. Це б дало можливість зекономити кошти на адміністративно-організаційний апарат.

Існуючим інструментом публічно-приватного партнерства щодо подолання безробіття є договір з роботодавцем, який працевлаштовує на нове робоче місце громадян, котрим надано статус безробітного, за направленням територіальних органів центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції. Строком не менше ніж на два роки щомісяця компенсуються фактичні витрати у розмірі єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування за відповідну особу за місяць, за який він сплачений [2].

Суб'єктам господарювання, які надають послуги з посередництва у працевлаштуванні в Україні, забороняється отримувати від громадян, яким надано зазначені послуги, гонорари, комісійні та інші винагороди, що зменшило зловживання в цій сфері і разом з цим ефективність цього інструменту. Оплата послуг з працевлаштування здійснюється виключно роботодавцем, якому надано такі послуги, тому ще одним способом публічно-приватного партнерства у сфері зменшення безробіття могло б стати укладання договорів між кадровим чи рекрутинговими агентствами і ДСЗ про часткову передачу функцій працевлаштування безробітних на умовах оплати, яка б була меншою, ніж в середньому щодо працевлаштування безробітного в ДСЗ.

Ще одним кроком до зменшення безробіття є система коворкінгу, яку можна використати в публічно-приватному партнерстві. ДСЗ безробітним з числа застрахованих осіб, які виявили бажання здійснювати підприємницьку діяльність, виплачує допомогу по безробіттю одноразово для організації такої діяльності та надає індивідуальні і групові консультації з питань організації та провадження підприємницької діяльності[2]. На початковому етапі підприємницької діяльності особи, котрі виявили бажання провадити підприємницьку діяльність, організовують робоче місце-офіс у себе дома, оскільки ще не нагромадили достатньо засобів комерційного, соціального і психологічного характеру для створення окремого офісу. Для того, щоб молоді підприємці вийшли за рамки моделі дім-офіс ДСЗ варто укладати договори про надання послуг коворкінгу, тобто формувати загальний простір за допомогою спільного офісу. Для таких офісів варто підбирати великі приміщення з кутньою, однією чи декількома переговорними та всією необхідною офісною інфраструктурою.[4]

Отже, проблема безробіття у період економічної кризи є досить актуальною і вимагає розробки та реалізації нових підходів до її вирішення. Розв’язання порушеного питання можливе за умови використання публічно-приватного партнерства через соціально-сервісні договори, до яких можна віднести договори про відбір персоналу на базі ДСЗ; договори компенсації фактичних витрат у розмірі єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування; договори між кадровим чи рекрутинговими агентствами і ДСЗ про часткову передачу функцій працевлаштування безробітних на умовах оплати; договори коворкінгу.

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 р. №2404-17 - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main. cgi?nreg=2404-17. 2. Закон України «Про зайнятість населення» від 5 липня 2012 року № 5067-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/ laws/show/5067-17. 3. Офіційний сайт Державної служби зайнятості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dcz.gov.ua/control/uk/index. 4. Швед В.В. Феномен коворкинга: сотрудничество или диссонанс / В.В. Швед // Розвиток національної економіки: теорія і практика: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 3-4 квітня 2015 року, проведеної на базі ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, м. Івано-Франківськ – Тернопіль: Крок, – 2015. Ч.3. – С.55

Тарнавський М.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЖИТТЕВИЙ ЦИКЛ ПІДПРИЄМСТВА В СТРУКТУРНОМУ МОДЕЛЮВАННІ ОРГАНУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Проаналізувавши дослідження І. Мешолама та Л. Бейрда [1], можемо відзначити факт того, що наповнення органу управління персоналом залежить від етапу життєвого циклу підприємства.

Як відомо існує чимало підходів до визначення кількості етапів розвитку та функціонування підприємства. Ми пропонуємо розглядати наповнення та побудову органу управління персоналом на основних 4-х стадіях, таких як: народження, ріст, зрілість та занепад. Так як, на інших стадіях, функціональні обов'язки та учасники органу управління персоналом будуть частково дублюватись, поєднуватись, тощо, то в їх виокремленні немає доцільності.

Розглянемо конкретно етапи, відповідні їм структурні елементи органу управління персоналом та визначимо їх функціональне призначення (табл.1)

Таблиця 1

Структурне наповнення органу управління персоналом у відповідності до життєвого циклу підприємства

Етапи життєвого циклу підприємства	Структурні елементи органу управління персоналом	Характеристика структурних елементів (функціональне призначення)
Народження	На даному етапі елементами являється керівник з персоналу та працівники по роботі з персоналом (частіше за все фахівець із персоналу)	Здійснюється набір персоналу, відбувається проектування органу управління персоналом. ОУП має частково формальний характер.
Ріст	Переважно застосовується підсистеми наймання, оцінювання та оплати праці	Цей етап характеризується зосередженням уваги на максимальній віддачі працівників. Основним завданням є виконання поставлених цілей та орієнтація на результат.
Зрілість	На даному етапі до органу управління персоналом залучено усіх фахівців, які необхідні для здійснення кожної із підсистем управління персоналом у контексті його застосування. Забезпечується підсистема навчання, розвитку, оцінювання, мотивування працівників.	Структура є максимально раціональною, усі працівники підприємства займають відповідні посади, забезпечено найефективніше використання персоналу на підприємстві. Відбувається орієнтація на професійний розвиток кадрів, соціалізацію працівників, забезпечення корпоративного духу в компанії, відчуття необхідності та приналежності компанії. Працівники розглядаються як найцінніший актив та ресурс підприємства.
Занепад	Передбачає існування обмеженої кількості підсистем. Зокрема це підсистеми кадрового діловодства та оплати праці.	Відбувається скорочення учасників органу управління персоналом через відсутність потреби у них. В основному орган управління персоналом відслідковує можливості вивільнення працівників без понесення суттєвих фінансових втрат та забезпечення законного скорочення штату.

Отже, структурне наповнення органу управління персоналом не може бути константним, воно повинно змінюватись, удосконалюватись, раціоналізуватись на кожному етапі діяльності підприємства. І чим узгодженіше буде наповнення, у відповідності до умов розвитку підприємства, тим ефективнішою буде робота не лише органу управління персоналом, а й підприємства загалом.

1. Meshoulam I. Baird L. Proactive human resource management/ Meshoulam I. Baird L. // Human Resource Management. -Volume 26, Issue 4, pages 483–502, Winter 1987.

Угольков Є.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС КУПІВЛІ У ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІ

У сучасному науковому середовищі вплив зображень на свідомість людини є загальновідомим фактором. Зображення здатні викликати у різних людей цілковито протилежні емоції, вони можуть по різному трактуватися. Яскравим прикладом є художні картини, для яких люди знаходять десятки трактувань.

В аспекті аналізу сприйняття зображень, важливо розглянути питання поняття кольористики. Існує досить багато їх класифікацій та загальноприйнятих трактувань їх сприйняття людиною. Найпростішим прикладом є звичайний автомобільний світлофор, який змушує людину сприймати поєднання червоного, жовтого та зеленого у відповідних значеннях “стій”, “приготуйся” та “рухайся”. Довготривалий вплив таких поєднань спричинює певні шаблонні асоціації та наперед передбачені дії у людини. Таким ж чином працює і наше сприйняття зображень та інформації при роботі з Інтернет-ресурсом.

Підприємства використовують зображення також для ідентифікації. Основою візуальної ідентифікації підприємства є бренд. За визначенням Ф. Котлера, автора "Основ маркетингу" і книги "Маркетинговий менеджмент", бренд – це назва, термін, символ або дизайн (або комбінація всіх цих понять), що позначають певний вид товару або послуги окремо узятого виробника (або групи виробників) і що виділяють його серед товарів і послуг інших виробників [1]. Вже досить тривалий час закордоном та на теренах України активно розвивається сектор маркетингу, який має назву брендинг. Власне поняття брендингу означає формування того самого бренду через розробку його вищевказаних елементів. Загальновідомим фактом є те, що найкращі брендинги проводяться на основні маркетингового аналізу індивідуального асоціативного сприйняття певних зображень, їх форм та кольорів цільовою аудиторією клієнтів. Так, наприклад, поняття “екологічності” для більшості людей пов'язано з зеленим листком, який використовується, наприклад, компанією Екософт - http://www.ecosoft.ua, органом екологічної сертифікації та маркування - http://www.ecolabel.org.ua, його можна побачити при маркуванні екологічних продуктів. Ці асоціації можна було б продовжити, однак нас цікавлять індивідуальні особливості їх сприйняття клієнтами.

Вся складність психологічних та психофізіологічних процесів людини спричиняє суттєві зсуви сприйняття зображень у залежності від ряду факторів. Так на їх сприйняття можуть впливати:

1. Соціально-економічні особливості. Соціально-економічні особливості клієнтів — важливий фактор, який впливає на особливості сприйняття візуальної інформації через врахування особливостей впливу різних соціальних та економічних середовищ, в яких перебуває людина. Яскравим прикладом цього є різне сприйняття зображень бідними та багатими людьми. Так, якщо продемонструвати бідній людині з Африки зображення логотипу Apple у вигляді надкушеного яблука, вона в більшості випадків сприйме його як яблоко, оскільки вона не піддівалася впливу соціально-економічного середовища, в якому використовують зображення даної марки. В аспекті купівлі товару або послуги в Інтернет-ресурсі, певні соціальні класи в зв'язку з відсутністю в них частого та прямого контакту з графічною інформацією не зможуть її правильно сприймати. Яскравим прикладом можуть бути зображення на Інтернет-ресурсі, які вимагають дію через соціальні мережі, логотипи яких є маловідомими для жителів сіл та невеликих містечок. Вище розглянуте поняття екологічності в таких груп клієнтів також часто не асоціюється з зеленим листком.

2. Рівень освіченості. Рівень освіченості чинить значний вплив на сприйняття візуальної та аудитивної інформації. Особливо це помітно у функціонуванні сайтів по працевлаштуванню. Оскільки їхньою цільовою аудиторією є клієнти, які можуть мати різний рівень освіти, досвіду, заробітку, буду з різних соціальних класів, їх дизайн є простим, мінімалістичним, стриманим але інтуїтивним, швидким та функціональним. Це пов’язано з тим, що рівень освіченості безпосередньо впливає на навички користування Інтернет-ресурсом Прикладом такого Інтернет-ресурсу є http://www.work.ua, який зосередив свої зусилля на спрощенні дизайну до мінімально зрозумілого для всіх категорій клієнтів. Стосовно кольорового виконання, то при створенні Інтернет-ресурсів, які

орієнтуються на широку цільову аудиторію, зазвичай використовують м'які кольори для уникнення сильного акценту на них (зменшення ризиків негативного сприйняття кольору).

3. Культурні та регіональні особливості. Культурні та регіональні особливості використання кольорів суттєво вливають на функціонування Інтернет ресурсів в різних культурних середовищах, оскільки відмінності у сприйнятті тут відчуваються найбільш помітно. Так, наприклад в Англії надають перевагу ніжним та м'яким кольорам, а в Франції навпаки використовують яскраві кольори. Національне сприйняття кольорів часто визначається кліматичними умовами країни, наявним освітленням (наприклад, мешканці пустелі надають перевагу кольорам, які відбивають сонячні промені). Кольорові вподобання можуть визначатися також національною кухнею, культурними обрядами, темпераментом і навіть фізичними характеристиками корінного населення [2].

Існує думка, що країни, які є найменш розвинутими в політичному, соціальному та економічному сенсі мають найбільш суворі правила щодо використання кольорів [2]. І лише при розвитку та відкриттю культури світові, інші кольори стають більш вживаними. Вищевказані аспекти не можливо ігнорувати і при створенні Інтернет-ресурсів, оскільки культурний вплив на сприйняття є найбільш довготривалим та формує найбільше емоційне підґрунтя для сприйняття кольорів.

4. Професійне середовище. Професійне середовище може також впливати на сприйняття кольорів. Так, наприклад, Полякова Д.Н. у своїй статті [2] класифікувала сприйняття червоного кольору різними професіями. У агрокультурі даний колір буде найчастіше асоціюватися з томатами, у працівників МНС з небезпекою та пожежею, у водіїв з червоним світлом світлофора, у працівників косметичної галузі з помадою, тощо. Відповідно і в функціонуванні Інтернет-ресурсу потрібно враховувати професійні звички цільової аудиторії для уникнення помилок сприйняття.

Враховуючи вищевказані фактори, можна з упевненістю сказати, що базовим у використанні певної кольористики для взаємодії з клієнтами у Інтернет-ресурсі є власне визначення вихідних характеристик цільової аудиторії. Саме вони дозволяють зрозуміти сприйняття клієнтами певного кольору, форм та зображень в цілому для їх подальшого використання у залученні клієнтів до купівлі через Інтернет-ресурс, акцентуванні уваги на бажаній інформації і її правильному сприйнятті, управлінні поведінкою клієнта при використанні Інтернет-ресурсу. Беззаперечним є той факт, що продовження досліджень у даній сфері дозволить через використання кольорів і зображень впливати на рішення про купівлю клієнтів у Інтернет-ресурсі.

1. О. І. Шаманська. Брендинг як напрямок маркетингової діяльності підприємства / О. І. Шаманська, Саветін, В. Г., Марчук Ю. А. // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". - № 2. – 2013р. 2. Папченко Є.В. Языковые номинации как отражение культурно-исторического опыта // Современные проблемы науки и образования.– № 6. – 2014 р. 3. Полякова Д.Н. Лингвокультурные ассоциации с красным цветом у представителей различных профессии // Вістник Челябінського національного університету. - № 9-2 (16). – 2013 р.

Цогла О.О., Цогла А.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНВЕСТАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ У БУДІВНИЦТВІ

У теперішніх умовах господарювання одним із важливих факторів результативного функціонування будівельних підприємств є систематична та вдала інвестиційно-інноваційна діяльність. Проте, реалізація стратегії економічного розвитку будівельних підприємств полягає у впровадженні інноваційного інвестування в нематеріальні активи, що спрямоване на використання в будівництві нових наукових і технологічних знань з метою досягнення максимального прибутку, забезпечення динамічного розвитку, підвищення рентабельності, задоволення попиту та ін.

Аналіз світового досвіду [2] показав, що науково-технічний розвиток будівельних підприємств відбувається переважно за рахунок їх власних коштів і кредитів банків, а фундаментальні дослідження проводяться за рахунок бюджетного фінансування. Сьогодні головною метою реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії на рівні держави є запобігання розпаду науково-інноваційної сфери і створення передумов для швидкого та ефективного впровадження прогресивних технологій і нової техніки на рівні підприємств. На рівні будівельної галузі України інвестиційно-інноваційна діяльність проводиться стихійно, без належного наукового обґрунтування

Однак, основними причинами низької інвестиційно-інноваційної активності українських будівельних підприємств [1] є незначні інвестиційні й інноваційні можливості; відсутність ефективних механізмів управління на всіх стадіях реалізації проекту; обмеженість бюджетного фінансування; відсутність єдиних методів оцінювання ефективності проектів й належного досвіду управління нововведеннями в ринкових умовах та відповідної практично-теоретичної бази управління інноваційно-інвестиційною діяльністю будівельних підприємств.

Таким чином, зростання інвестиційно-інноваційної активності у будівництві надасть змогу підняти якість будівельної продукції, а отже, — її конкурентоздатність на вітчизняному та світовому ринках, що, безумовно, позитивно вплине на економічну ефективність інвестицій в інші галузі економіки. Пожвавлення інвестиційно-інноваційної діяльності у будівництві зумовить підвищення обсягів будівельної продукції, а отже, відповідно й обсягів ВВП. Інтенсифікація інвестиційно інноваційної діяльності у будівельному комплексі сприятиме збільшенню кількості робочих місць, покращенню умов праці, зменшенню забруднювання навколишнього середовища, підвищенню рівня соціальної захищеності населення України шляхом створення гідних умов життя через забезпечення житлом, об'єктами соціальної інфраструктури.

Всебічний розвиток будівельної галузі України можливий лише за умови інтенсивної інвестиційно-інноваційної діяльності у будівництві, саме тому необхідними є теоретичні та методологічні напрацювання, які відповідають сучасним тенденціям розвитку економіки України та особливостям будівельної галузі. Адже, застосування інновацій у будівельному комплексі України є першорядним чинником стабільного подальшого розвитку галузі. Активізація фінансової підтримки інноваційної діяльності, упровадження заходів стимулювання введення інновацій у будівельний процес, удосконалення організаційного механізму управління розвитком інновацій на галузевому рівні, удосконалення інформаційного та інфраструктурного забезпечення розвитку інновацій, доопрацювання нормативно-законодавчої бази щодо регулювання впровадження інновацій у будівництво сприятимуть зростанню інноваційного потенціалу будівельної галузі в сучасних умовах.

1. Малиш І. М.Вплив сучасного стану будівельної галузі України на інвестиційно-інноваційну активність будівельних підприємств / І. М. Малиш // Держава та регіони Серія: Економіка та підприємництво, № 4 (79). - 2014 - С.70-74. 2. Федотова С.Ю. Сучасний стан інноваційної діяльності в будівництві / С.Ю. Федотова // Економіка та держава. №3.–2007. – С. 50-51.

Щербата Т.С.
Національний університет «Львівська Політехніка»

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ МІЖ ПІДПРИЄМСТВОМ ТА ПАРТНЕРАМИ

Управління комунікаціями відіграє важливу роль в діяльності сучасного підприємства. Особливо це стосується великих аутсорсних компаній, основне завдання яких виконувати проекти на замовлення. Для таких компаній не до кінця зрозуміла думка партнера може коштувати досить дорого і потребувати значних часових, трудових та фінансових ресурсів. Тому, управління комунікаціями є важливим елементом партнерських відносин та інструментом впливу на зовнішнє середовище підприємства.

Розвитку та управлінню комунікаціями приділено праці українських вчених: А. Войчак, Г. Почепцов, О. Фисун, М. Плотніков, В. Різун, В. Рева та ін.

Під комунікаціями в економіці розуміють процес, за допомогою якого керівники розвивають систему надання інформації, передачі відомостей великій кількості людей в середині організації та окремим індивідуумам та інститутам за її межами. [1]

Під час виконання певних спільних проектів внаслідок недосконалої комунікації можуть виникати наступні проблеми: незрозумілий формат обміну інформацією, незрозумілі шляхи комунікації, неповний список учасників проекту, незрозумілі відповідальні сторони проекту, невстановлені правила обміну інформацією. Узагальнюючи, це є функціональні, соціальні, психологічні, культурні перешкоди. Для того, щоб таких бар'єрів не виникало важливим для підприємства є створення карти ідентифікації та аналізу учасників проекту. Як правило, така таблиця містить: ПІБ, роль та посаду учасників, контакти, рівень відповідальності, а також ризики та факти поведінки (наприклад, якщо партнер іноземець).

Важливим в управління комунікаціями виступає створений реєстр комунікацій. До нього належать відомості про учасників, розклад переговорів, інструменти комунікацій (електронна скринька, телефон, електронний зв'язок), основні правила комунікації, відповідальність сторін, рівень необхідності у комунікаціях.

При управлінні комунікаціями необхідним є інструментарій комунікацій, що складається з:

- системи врахування часу, задач, дефектів;
- протоколів і програм зборів, презентацій результатів;
- видів та форм звітування, зворотного зв'язку.

Для ефективного управління комунікаціями варто створити план комунікацій підприємства. Він може створюватись у вигляді окремого документу, виступати частиною контракту, або бути розподіленим по різним документам та системам.

Володіння перерахованими інструментами не може гарантувати ефективний комунікаційний процес. Важливу роль також відіграє уміле їх використання. Управління комунікаціями з партнерами на підприємстві стосується передусім відповідального менеджера. Тому, для ефективної комунікації він має бути ознайомленим з планом комунікацій, вміти вислуховувати іншу думку, вміти керувати конфліктними ситуаціями, бути продуктивним та позитивним, та має постійно займатись покращенням плану комунікацій. Зазначений вплив має бути комплексним та враховувати особливості всіх сторін процесу.

Правильний підхід до управління комунікаціями з партнерами дозволить підприємству накопичувати, обробляти та вчасно відповідати на запити; страхувати себе від труднощів виробництва та звітування; розвивати довгострокові відносини на ринку.

1. Плотников М.В. Эффективные коммуникации в организации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_ organizacija.html. 2. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент : уч.-метод. пособ. / В.Е. Рева. – Пенза : Изд. ПГУ, 2003. – 161 с.

Янішевський В.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ОПЦІОНІВ В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЯМИ

Сьогодні відбувається суттєве зростання ролі деривативів (похідних фінансових інструментів) на фінансовому ринку. Ринок опціонів на акції за темпами зростання істотно випередив ринок базових активів [1]. Зокрема, фонди, банки та інвестиційні компанії використовують їх як інструмент регулювання інвестиційних показників, для управління ризиками портфелів. Виробники товарів, споживачі сировини страхують ризики зміни ринкових цін шляхом відкриття позицій по опціонах, хеджують валютний ризик за допомогою валютних опціонів.

Інша область застосування опціонів включає спекулятивні стратегії з метою отримання прибутку шляхом побудови різноманітних конструкцій з опціонів. Ще один напрям, який пов'язаний з управлінням інвестиційними можливостями пов'язаний з використанням реальних опціонів [2]. Він полягає у більш точній оцінці ефективності інвестицій, розвитку гнучких критеріїв для прийняття інвестиційних рішень.

Незважаючи на привабливість використання і популярність, деривативи є фінансовими інструментами з підвищеним ризиком. Розрахунки їх ризиків та цін ґрунтуються на складних математичних моделях. Результати аналізу зазначених моделей сьогодні використовують трейдери, інвестори, фінансові директори в практичній діяльності на ринку похідних фінансових інструментів. Динаміка цін на фінансовому ринку моделюється з допомогою стохастичних процесів, які лежать в основі теорії ціноутворення опціонів. Поняття справедливої економічної ціни опціону було визначене Блеком і Шоулзом і отримана формула для ціни опціону [1, 3].

В даній роботі ми аналізуємо ціноутворення опціонів у моделі де використовуються два стохастичні процеси – один моделює динаміку базового цінового активу $S(t)$, другий – зміну волатильності $V(t)$ ціни активу:

$$dS(t) = \varphi S(t)dt + \sqrt{V(t)}\, S(t)dW_1(t); \quad dV(t) = \left(\lambda + \mu V(t)\right)dt + \xi V(t)^{\alpha} dW_2(t) \qquad (1)$$

Тут $dW_1(t), dW_2(t)$ – вінеровські процеси; $\lambda, \mu, \xi, \alpha, \varphi$ – параметри моделі. В моделі враховується також основна ідея Блека і Шоулза, щодо формування хеджованого портфелю і справедливої економічної ціни опціону.

Розв'язок для ціни опціону записується у вигляді степеневого ряду за певним параметром. Використовуючи бази статистичних даних динаміки цін базових активів, визначаються параметри моделі – $\lambda, \mu, \xi, \varphi$. Аналітичні розв'язки тестуються також результатами чисельних розв'язків рівнянь (1). Отримані результати дають змогу моделювати ціноутворення опціонів для різних базових активів і можуть бути використані в практичній діяльності.

1. J. C. Hull, Options, Futures and Other Derivatives, Fifth Edition, Prentice-Hall International, 2003. 2. Max Schone, Real Options Valuation, Springer Gabler, 2015. 3. A. L. Lewis, Option Valuation under Stochastic Volatility, Finance Press, 2000.

СЕКЦІЯ 4.
НАУКОВА ПІДТРИМКА ВИПЕРЕДЖУВАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Адаменко М.В.
ДВНЗ «Криворізький національний університет»

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні економічні процеси в Україні потребують переходу вітчизняних підприємств до інноваційного типу розвитку, внаслідок чого виникає необхідність проведення аналізу інноваційного потенціалу персоналу підприємств і на його основі – оптимізації інноваційних здібностей і можливостей працівників для підвищення ефективності впровадження інновацій.

Огляд наукових публікацій доводить, що у сфері сучасної інноватики аналіз інноваційного потенціалу персоналу підприємства практично не розглядається, хоча про визначальну роль працівників в інноваційній діяльності підприємства наголошують всі науковці. Також не існує єдиних підходів до методики проведення такого аналізу, є лише фрагментарні дослідження щодо оцінювання інноваційної діяльності працівників підприємства та їхнього потенціалу.

Враховуючи сказане, нами запропоновано структурно-логічну схему аналізу інноваційного потенціалу персоналу підприємства (рис. 1).

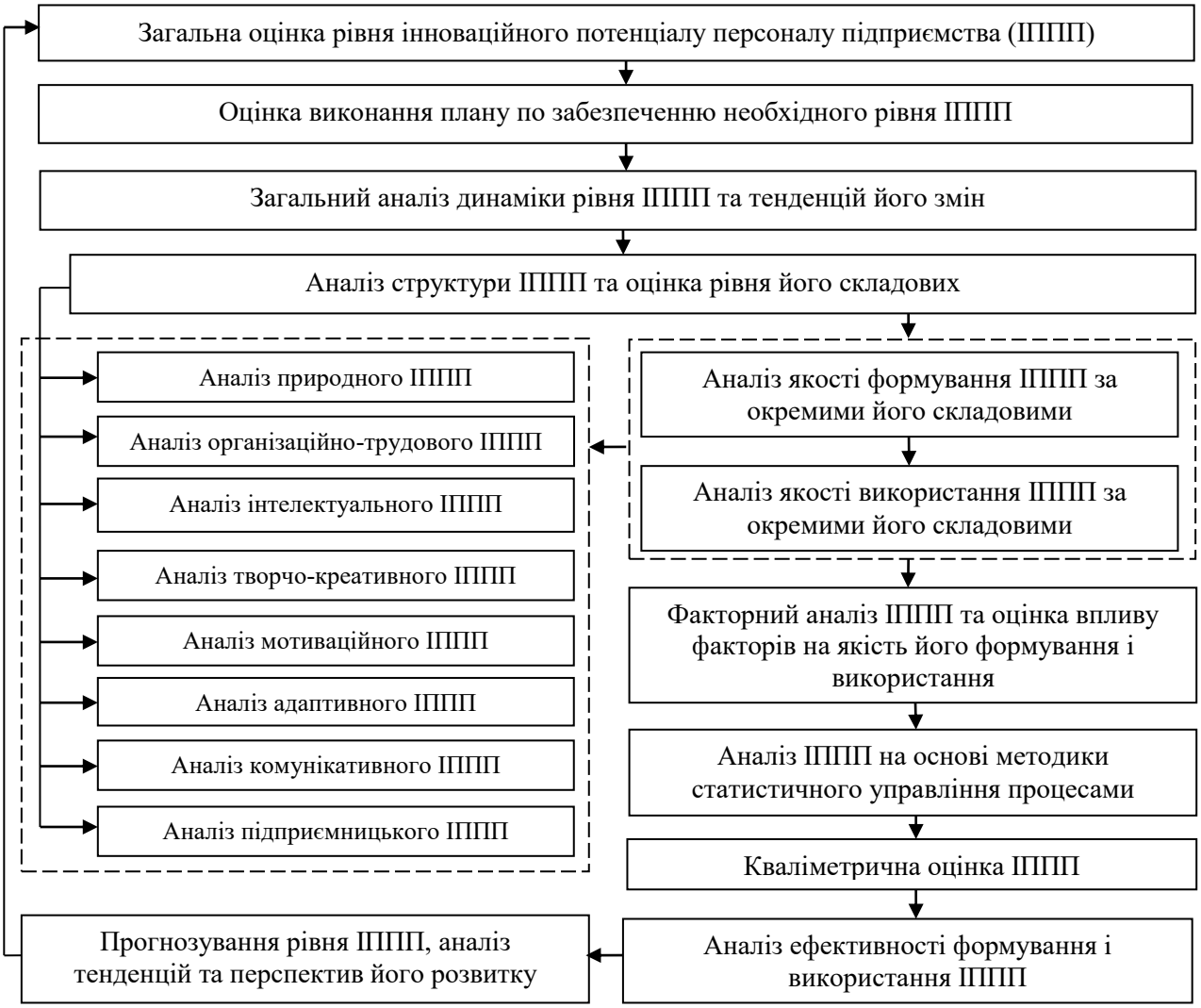


Рис. 1. Структурно-логічна схема аналізу ІППП (розроблено автором)

На відміну від існуючих досліджень, нами враховано не лише необхідність аналізу формування і використання ІППП, а й оцінювання якості цих процесів. Це дозволяє комплексно підійти до проблеми удосконалення інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах.

Бондаренко Ю.Г., Якимець Д.-І.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ ЯК ІННОВАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПРИЯТЛИВИХ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Формування інноваційної моделі розвитку в Україні є надзвичайно важливим і актуальним питанням на сьогодні. Оскільки, європейський вектор, який ми обрали – це, в першу чергу, створення належних умов для розвитку інноваційної діяльності. Розвиток інноваційної діяльності фундаментально змінив будову світової економіки. Саме технологічні перетворення у виробництві та наданні послуг дали можливість людству змінити споживацький підхід до ведення галузей народного господарства. Однією з причин низького рівня інноваційного розвитку в нашій державі є неефективна діяльність інститутів. До таких інституцій можна віднести бізнес-інкубатори як один з варіантів успішного поєднання та взаємодії науки і підприємництва. Головною метою бізнес-інкубаторів є створення сприятливих умов для ефективного розвитку та діяльності новостворених малих підприємств. Найбільш успішно бізнес-інкубатори зарекомендували себе в сприянні розвитку саме малих інноваційних форм, які не мають на початку своєї діяльності достатньо фінансових, матеріальних та інших засобів для виходу на ринок, але мають достатньо цікаві наукові ідеї для їх втілення. Такі організаційні форми як бізнес-інкубатори є надзвичайно важливою ланкою між ідеєю та її реалізацією, особливо, за сьогоднішніх економічних і політичних умов, які склалися в Україні.

Сфера підприємницької діяльності представляє собою специфічний механізм соціально-економічного життя суспільства, який стимулює розвиток конкуренції, запровадження компаніями нової техніки і технології виробництва, покращення ефективності виробництва та економіки країни в цілому. Від розвитку підприємств залежить стабільність функціонування економіки країни. Економічно розвинені країни надають пріоритет розвитку малого підприємництва тому, що малі підприємства поступаються великим підприємствам за можливостями змін технологій, маркетингових досліджень, фінансових ресурсів, конкурентоспроможністю товарів і послуг. Політика держави у регулюванні підприємницької діяльності спрямована на збалансування інтересів держави та бізнесу, на створення оптимальних умов розвитку підприємницької діяльності та збільшення конкурентоздатності малого підприємництва. Проте рівень розвитку малого бізнесу в Україні не відповідає світовим вимогам. Несприятливими чинниками цього явища є загальнонаціональні політичні, економічні і соціальні проблеми.

На даний час наша держава не створює сприятливих умов для розвитку та функціонування малого бізнесу, тому важливим є знайти новий шлях для підтримки бізнесу. Таким шляхом є так звана інкубація бізнесу або надання підтримки для досягнення бажаного результату.

Бізнес-інкубатор представляє собою базовий елемент майнової інфраструктури малого підприємництва, основною метою якого є створення сприятливих організаційно-економічних умов для новостворених малих і мікропідприємств. [1]. В даний час бізнес-інкубатор розглядається як один з найбільш ефективних інструментів підтримки і розвитку малого підприємництва у всьому світі. Підтримка бізнес-інкубаторів допомагає початківцям набути всіх необхідних навичок у тій чи іншій сфері діяльності, допомагає підприємству подолати ринкові бар'єри і підвищити конкурентоздатність. Важливе місце в інноваційній інфраструктурі займають бізнес-інкубатори, які розглядаються, перш за все, як частина інфраструктури підтримки малого підприємництва, але одночасно вони є інструментом економічної, соціальної, структурної і інноваційної політики. [2]. Основна мета бізнес-інкубаторів - створити всі умови, що допоможуть підприємству, зокрема це: [3]

– надання офісних, складських приміщень; надання консультативних послуг в сфері бухгалтерського обігу, звітності на підприємстві, організації роботи, підбору кадрів;

– проведення навчальних курсів для працівників підприємства;

– надання фінансування через гранти, іноземні інвестиції;

– допомога у сфері товарної політики.

Бізнес-інкубатори займають важливе місце в інноваційній структурі та знаходиться в постійному розвитку. Але незважаючи на усі переваги бізнес-інкубаторів існує кілька обмежень для малих підприємств, це: [4]

– термін перебування в бізнес-інкубаторі не має перевищувати трьох років;

– приміщення можуть орендуватися лише до 1 року з моменту реєстрації;

– відсутність виробничо-технологічної бази.

Незважаючи на суттєві обмеження бізнес-інкубаторів, даний напрямок необхідно розвивати, оскільки, він сприятиме розвитку малого бізнесу в Україні, зокрема це буде актуально у кризовий період, тобто нинішній ситуації в державі. Бізнес-інкубатори сприятимуть зростанню малих підприємств, а також зміцненню економічної ситуації в країні. [5]

Для успішної роботи бізнес-інкубаторів державі необхідно розробити дієві закони і нормативні акти, які сприятимуть створенню та функціонуванню бізнес-інкубаторів. Державна політика повинна сприяти розвитку сфери малого бізнесу саме через підтримку бізнес-інкубаторів.

Як показує статистика протягом трьох років більшість підприємств закриваються та неспроможні продовжувати розвивати свій бізнес і лише 15% продовжують розвиватися. У США та Європі завдяки бізнес-інкубаторам було створено понад 70% малих підприємств. [6]. Ми маємо змогу досліджувати і навчатися, як бізнес-інкубування сприяють розвитку малого підприємництва у світі. Тому можна зробити висновок, що за посередництвом бізнес-інкубаторів кількість малих підприємств невпинно зростатиме.

Сьогодні наша держава, зокрема міста та села, переживають складне економічне становище. Для його покращення потрібно створювати умови на рівні держави законодавчими і виконавчими актами. Бізнес-інкубатор – це інноваційний центр, який забезпечує сприятливі умови для розвитку малого підприємництва і, зокрема, сприяє створенню нових робочих місць.

Отже, слід зазначити, що малі підприємства є невід'ємною частиною у розвитку економічного становища держави, які впливають на вирішення проблем зайнятості, зростанню доходів, розвитку конкуренції та зменшення монополістів на ринку. Малі підприємства є джерелом надходжень до місцевих та державних бюджетів. Як показує світова практика для ефективного розвитку малого підприємництва потрібні бізнес-інкубатори для покращення економічного становища в державі. Таким чином, бізнес-інкубатори як інноваційні центри стануть своєрідним містком між ідею в її зародку та новоствореним бізнесом, який займатиметься її реалізацією. Бізнес-інкубатори як інноваційні центри можуть стати успішною стартовою платформою для розвитку малого підприємництва в Україні і займуть свою нішу у розвитку малого підприємництва.

1. Степаненко В.В. Бізнес-інкубування та інноваційні центри – перспективні форми підтримки та розвитку малого підприємництва в Україні / В.В.Степаненко // Міжнародний науково-виробничий журнал: Сталий розвиток економіки . –№1'2015. – С. 148-153. 2. Васільєва Л.М. Бізнес-інкубатор як форма й елемент інноваційної інфраструктури: / Л.М. Васільєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/26_OINXXI_2009/Economics/52632.doc.htm. 3. Єлісєєв І.М. Інкубація бізнесу як формування попиту на технологічні, управлінські та соціальні інновації / І.М. Єлісєєв // Инициативы XXI века. – 2010. – № 4-5. – С. 7-10. 4. Гаташ В. Бізнес-інкубатор для маленьких і середніх інноваційних фірм – [Електронний ресурс] / В. Гаташ // Сайт «Дзеркала тижня». – Режим доступу до ресурсу: http:// www.zn.kiev.ua. 5. Микитюк О.П. Бізнес-інкубатори в системі фінансової підтримки малого підприємництва / О.П. Микитюк // Світ фінансів. – 2009. – №2 (3). – С. 160–164. 6. Андреєв В.О. Результати програми розвитку бізнес-інкубаторів в Україні / В.О. Андреєв // Матеріали І міжнародної науково-практичної конференції [Розвиток науково-технологічних парків та інноваційних структур інших типів: Україна і світовий досвід], (Львів, 3–5.11.02 р.)/ М-во освіти і науки України Національний Університет Львівська політехніка. - Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2008.- 41-46 с.

Вербицька Г.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЕТАПІ ЇХ ПЛАНУВАННЯ

Основним мотивом здійснення інноваційної діяльності підприємством є отримання прибутку. Проте досить часто виникає ситуація, коли підприємство неспроможне реалізувати інноваційну продукцію на ринку в тому об'ємі, як планувалося раніше. Неуспіх інновацій може бути трьох типів: абсолютний – коли доходи від інновації є меншими, ніж понесені витрати на її створення, виробництво та реалізацію; частковий – коли отримані доходи від інновації дозволяють тільки покрити витрати понесені на її створення, виробництво та реалізацію; відносний – коли підприємство отримує прибуток менший за запланований.

Причинами такого становища можуть стати: невдалий відбір ідеї; переоцінка інноваційного потенціалу підприємства; недосконале аналізування потреб та можливостей ринку; дефекти товару в галузі якісних чи конструктивних характеристик; неправильне позиціонування інновації на ринку, внаслідок чого потенційні покупці просто не звертають на її появу уваги; хибна збутова політика товару-новинки; невчасна поява на ринку; відсутність необхідних коштів на просування товару. Тому для досягнення очікуваного рівня прибутку від інноваційної діяльності підприємству потрібно вийти на ринок з таким товаром-новинкою, який зацікавить споживачів, тобто буде комерційно перспективним, а це неможливо без ретельного планування інновацій.

Пропонована нами методика економічного оцінювання інновацій на етапі їх планування складається з таких чотирьох основних стадій:

- вибір інноваційної стратегії розвитку підприємства;
- дослідження кон'юктури ринку та прогнозування попиту на інновацію;
- аналізування впливу ризику на інновацію;
- оцінювання ефективності інновацій.

Інноваційна діяльність неможлива без формування інноваційної стратегії, під якою пропонуємо розуміти комплексний план дій щодо визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності підприємства та досягнення намічених цілей.

В залежності від рівня задоволення потреби споживачів машинобудівної продукції можна виділити такі можливі види інноваційних стратегій: удосконалення – головна мета реалізації такої стратегії полягає у покращенні певних якісних характеристик продукції (матеріалу виготовлення, дизайну тощо) без суттєвої зміни основних її складових чи принципу їхньої дії; заміни – обрання такої стратегії передбачає заміну одного чи декількох важливих елементів продукції, внесення змін у принцип їхньої дії; комбінування – реалізація даного виду стратегії дає змогу підприємству створити новітній продукт шляхом поєднання в одне ціле можливостей розрізнених видів продукції; піонерна – формування даного виду стратегії дасть змогу підприємству стати лідером на ринку машинобудівної продукції завдяки створенню принципово нових видів товарів, аналогів яких не існує.

Ретельний аналіз галузевої кон'юктури ринку є першоосновою при прийнятті рішення про інноваційну розробку. Для вчасного визначення назрілих потреб доцільно здійснювати постійний моніторинг конкурентних переваг аналогічних товарів, які представлені на ринку, проводити анкетування як реальних, так і потенційних споживачів. Це дасть змогу запобігти виникненню проблем зі збутом продукції.

Точність результатів прогнозу попиту на інновацію залежить від правильності складеного «портрету потенційного споживача», а, отже, визначення конкретного сегмента ринку на якому буде здійснюватися збут інноваційної продукції. При складанні «портрету потенційного споживача» підприємству необхідно з'ясувати вік, рівень доходів, сімейний стан, одержану освіту, чинники впливу на прийняття рішення про купівлю, місця здійснення покупки.

Інноваційний ризик існує незалежно від бажання підприємства. Він може бути зумовлений дією як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Вплив внутрішніх факторів ризику ризик-менеджер

підприємства повинен прорахувати та нейтралізувати ще на стадії розробки інноваційного проекту, дію зовнішніх факторів ризику повністю усунути неможливо проте можна мінімізувати їх наслідки.

До внутрішніх факторів, через вплив яких виникає інноваційний ризик можна віднести: низький рівень інноваційного потенціалу підприємства; поломки виробничого обладнання; помилки при проведенні НДДКР; недостатня кваліфікація працівників; необізнаність менеджерів у потребах споживачів; недоліки бізнес-планування; відсутність коштів; низька якість інноваційної продукції; несвоєчасний вивід інноваційної продукції на ринок; невдалий вибір каналів розподілу та методів збуту продукції; зниження іміджу продукції; витік комерційної інформації.

Найбільш вагомими зовнішніми факторами ризику є: зміна нормативно-правових актів; низький захист прав інтелектуальної власності; дії конкурентів; зміни у кон'юктурі ринку; НТП; зниження життєвого рівня населення; несумлінність економічних контрагентів; коливання валютних курсів; форс-мажорні події.

Важливим завданням для підприємства є побудова дієвої системи управління ризиками, яка повинна носити комплексний характер. В межах цієї системи на всіх стадіях життєвого циклу інновацій повинні циклічно повторюватися такі етапи: планування інноваційного ризику; ідентифікація його можливих видів; кількісне оцінювання обсягу можливих збитків; мінімізація їх впливу.

В результаті проведених нами досліджень було виявлено, що у процесі реалізації інновацій можуть виникнути екологічний, науково-технічний, соціальний, ресурсний, комерційний та економічний ефекти. Екологічне оцінювання інновацій визначає вплив інновації на навколишнє середовище. Основним критерієм оцінювання є об'єм викидів у навколишнє середовище. Найкращий екологічний ефект можна досягти у випадку впровадження замкнутого технологічного циклу переробки обмежених ресурсів, який даватиме можливість здійснювати безвідходне виробництво інновацій.

Науково-технічне оцінювання проводиться шляхом визначення відповідності інноваційного проекту сучасному рівню науково-технічного прогресу та вітчизняним і світовим стандартам якості, ступеню новизни інновації. Науково-технічний ефект досягається за рахунок удосконалення техніко-експлуатаційних та споживчих характеристик продукції машинобудування.

Соціальне оцінювання визначає вплив на добробут працівників підприємства, а також на якість життя споживачів продукції. Соціальний ефект від інновацій може бути як внутрішньофірмовий (підвищення зарплат, премії тощо), так і загальнонаціональний (зростання доходів бюджету з перерозподілом їх на соціальну сферу, рівня зайнятості тощо).

Ресурсне оцінювання здійснюється для визначення обсягу споживання конкретного виду ресурсу в інноваційному процесі. Головними критеріями оцінювання тут будуть наявність ресурсів, їх вартість, рівень ефективності їх використання при реалізації даної інновації та при виборі альтернативних варіантів інноваційних рішень. Ресурсний ефект виникає при зростанні техніко-економічних показників використання ресурсів в результаті здійснення інновації.

Комерційне оцінювання інновацій полягає в обґрунтуванні комерційних перспектив. Метою комерційного аналізу є визначення попиту на продукцію, місткості ринку, ресурсів необхідних на фінансування маркетингової стратегії підприємства. Комерційний ефект підприємство отримає у випадку конкурентоспроможності інновацій на ринку.

Економічне оцінювання інновацій здійснюється з метою порівняння витрат на інновацію та доходів від їх реалізації. Специфіка інновацій зумовлює суб'єктивний характер їх економічного оцінювання, особливо на етапі прийняття рішення щодо вибору до реалізації конкретної інновації з множини альтернативних. Суб'єктивність оцінювання полягає в необхідності враховувати знання та досвід експертів при прогнозуванні майбутнього розвитку подій, зокрема грошових потоків, після виведення інновації на ринок.

Гавран В.Я., Середницька Х.Т.
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ОРГАНІЗАЦІЇ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

В умовах ринку підприємство є головним суб'єктом господарювання, незалежним товаровиробником, економічний простір для якого практично є необмеженим, але цілком залежить від уміння ефективно використовувати ресурси, адаптуючись до умов мінливого економічного середовища та досягати економічного ефекту у вигляді прибутку.

Сучасний період дослідження господарської діяльності організацій проходить в умовах інфляції, суттєвого збільшення витрат на ресурси, зменшення платоспроможного попиту на внутрішньому ринку, втрата ринків збуту, девальвація національної валюти, що призводять до значного зниження рівня рентабельності виробництва та збитковості багатьох підприємств. У зв'язку з цим назріла необхідність антикризового управління підприємством, вдосконалення методів оцінки і прогнозування прибутку, більш раціонального використання активів.

Проблема прибутковості підприємства досліджувалась багатьма вченими та економістами, різні напрями фінансової діяльності і зокрема прибутку висвітлюються в наукових працях Чумаченко М., Білик Т., Бланк І., Дем'яненко М., Зінченко О., Іщук С., Шмиголь Н., Костенко О., Шеремет А. та багато інших дослідників [1-5].

Прибуток є постійно відтворюваним джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, і чим вище рівень прибутку підприємства, тим менш його потреба у залученні фінансових коштів із зовнішніх джерел і вище рівень самофінансування його розвитку.

Фінансовим результатом господарської діяльності будь-якого підприємства виступає його прибутковість, яка характеризується абсолютними та відносними показниками. У сучасній економічній теорії існує безліч різнобічних точок зору щодо економічної сутності прибутку. Прибуток у класичному розумінні – різниця між виручкою від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт) та витратами на її виробництво, тобто собівартістю. Прибуток подає сигнал про те, де будуть більш рентабельно вкладені кошти, щоб домогтися найбільшого приросту валової продукції.

В ринкових умовах суб'єкт господарювання завжди прагне до того, щоб його виробництво працювало динамічно, що підтверджує необхідність прагнення до максимального прибутку або ж до такої величини прибутку, яка забезпечить йому динаміку зростання. А у свою чергу це допоможе виробнику утримати свої позиції на ринку даного товару. Також зростання величини прибутку сприяє вирішенню проблем як соціального, так і матеріального характеру трудового колективу.

Слід звернути свою увагу на той фактор, що прибуток створює ту базу, яка сприяє самофінансуванню, розширеному відтворенню. За рахунок прибутку виконуються зовнішні фінансові зобов'язання перед бюджетом, банками та іншими організаціями. Прибуток також є базою інноваційного процесу, джерелом утворення фондів економічного стимулювання, базою для прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень. У прибутку відображається виконання таких важливих якісних показників, як підвищення продуктивності праці, зниження собівартості та підвищення якості продукції, використання виробничих фондів. Прибуток є основним джерелом розширення основних і оборотних активів, дієвим фактором, який стимулює до досягнення якомога вищих показників виробництва.

Якість величини отриманого прибутку визначається показником рентабельності, що відображає співвідношення прибутку і понесених на його отримання витрат. Рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва, який характеризує рівень окупності відповідних складових процесу виробництва або сукупних витрат підприємства. На відміну від прибутку, він характеризує ефективність фінансової діяльності будь-якого конкретного економічного суб'єкта, щодо всіх інших, незалежно від розмірів і характеру економічної діяльності.

При аналізі та оцінці прибутковості необхідно враховувати те, що на неї впливають різні фактори, як зовнішні так і внутрішні. До зовнішніх відносять систему оподаткування, державне регулювання цін, умови та ставки кредитування, природні умови, транспортні умови, інфраструктура ринку, ціни на ресурси, кон'юнктура ринку, інфляційні тенденції тощо. До внутрішніх входять цінова

політика, обсяг діяльності (кількість та номенклатура продукції, ціни), обсяг та характеристика витрат обігу, чисельність працівників, фонд оплати праці, а також показники ефективності роботи обладнання і працівників та ін.

Для підвищення показників прибутковості потрібно проводити наступні заходи: організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо); технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється); економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо).

Дуже важливо під час стратегічного планування врахувати всі чинники і аспекти подальшого розвитку для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку і забезпечення його певного рівня. Система управління прибутком має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, так як прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень прибутку, який в свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників і працівників. Таким чином, підприємства повинні активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що повинно сприяти зростанню прибутку та рентабельності підприємства.

Сучасна криза в Україні це час для великих можливостей і проривів в бізнесі. Багато організацій втративши ринки збуту, зменшили обсяги діяльності і не зуміли переорієнтуватись і вижити. Пошук нових експортних ринків збуту є одним із ключових напрямків до збільшення прибутку і ефективності діяльності.

1.Турило А. М. Теоретико-методичні засади визначення фінансової ефективності на підприємстві / А. М. Турило // Фінанси України. – 2010. – № 11. – С. 87-92. 2. Гавалешко С.В. Рентабельність підприємства та шляхи його підвищення [Електронний ресурс] / С.В. Гавалешко // Економікс. – 2012. – №10. – Режим доступу : www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/ 10_106158.doc.htm. 3.Денисенко Л. О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л. О. Денисенко, Ю. О. Кучерявенко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2014. - № 1. – С. 145-153. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vknutd_2014_1_23.pdf 4. Романова Т. В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України у сучасних умовах / Т. В. Романова // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2015. - №4 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976 5.Ткаченко Т. П. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства / Т. П. Ткаченко // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2014. - № 11. – С. 192-197. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/evntukpi_2014_11_32.pdf.

Гальків Л.І., Грищук Д.В., Литвин В.М.
Львівський торговельно-економічний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ІМПЕРАТИВ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ

У сучасній науці домінують теорії, які позиціонують інновації як імператив розвитку соціально-економічних систем. Окремий науковий інтерес становить дослідження інноваційного імперативу розвитку роздрібної торгівлі, яка визнається найбільш динамічною галуззю економіки, основним драйвером зростання й каталізатором стабільності національного ринку товарів та послуг [1]. Серед актуальних і малодосліджених проблем особливої уваги заслуговує дослідження інноваційних процесів в ритейлі.

Найчастіше поняття «ритейл» ототожнюють з сукупністю механізмів та технологій роздрібних продажів і означають як економічну діяльність, яка пов'язана з реалізацією товарів і послуг кінцевим споживачам. Зустрічаються погляди на ритейл як аналог термінів «багатопрофільна торгівля», «багатоформатна торгівля», «роздрібна торгівля оптовими масштабами».

Механізми ритейлу за умов впровадження інновацій, вдосконалення торговельного асортименту, використання сучасних інформаційних технологій щодо забезпечення роздрібних продажів значно трансформувалися, поширилися на різні сфери, зокрема на банківський сектор ринку фінансових послуг. У рамках даного дослідження ми обмежуємося діяльністю підприємств роздрібної торгівлі.

Останнім часом формати роздрібної торгівлі оновлюються шляхом зосередження уваги на запитах споживачів щодо рівня цін, якості обслуговування, доступності та зручності. Так, серед ритейлерів дедалі більшої популярності набирає концепція омніканального рітейлу (omni-channel retail). Ця новація у підході до покупців передбачає не обов'язковість фізичного відвідування ними магазину на всіх етапах: пошуку, попереднього тестування, купівлі, доставки чи самовивезення, повернення товарів. Клієнт, користуючись е-ресурсами, самостійно оптимізує спосіб придбання товару. Тут дуже важливу роль відіграє активне використання соціальних мереж та створення веб-спільнот з якісним ком'юніті-менджментом.

Ще однією новою тенденцією європейських ритейлів, яка активно розвивається в Україні, є трансформування формату «місце продажу» у формат «шоу-рум». Останній, функціонуючи зазвичай як магазин-салон, надає можливість ознайомитися з пропонованим асортиментом бренду, визначитися з доцільністю купівлі, зробити замовлення.

Окрему нішу серед інновації у ритейлі посідають ІТ-технології, застосування яких змінює уявлення про традиційну торгівлю і створює конкурентні переваги для їх суб'єктів. Окрім наведених у табл. 1 інноваційних рішень, спрямованих на стимулювання споживчої активності населення, доцільно вказати на практику використання «розумних візків» (дозволяють ідентифікувати покупця, отримавши е-список необхідних йому продуктів, зорієнтувати його серед відділів магазину, допомогти знайти потрібні товари, отримати інформацію про їх корисність, калорійність, склад на дисплеї візка та ін.), інтерактивних вітрин (реагують на дотик і залучають споживачів до прямого контакту – від тестування можливостей пропонованого товару до різноманітних ігор, які допомагають зміцнити емоційний зв'язок із брендом), зовнішніх вітрин як вітрин інтернет-магазину (забезпечують зчитування QR-кодів виставлених у вітрині товарів й моментального їх замовлення через інтернет-магазин).

Отож, стрімкий розвиток технологій спричинив трансформування традиційних підходів населення до здійснення покупок. Це змушує ритейлерів шукати нові шляхи адаптації до змінених умов ведення бізнесу. Найбільшого поширення набув розвиток електронної комерції. Так, за даними міжнародного агентства Eurostat, у 2014 році понад 50 % громадян Євросоюзу зробили покупки онлайн (у 2007 році – близько 30%). Зараз у Великій Британії близько 15 % покупок здійснюється в режимі онлайн, а за оцінками експертів, на розвинених ринках до 2020 року частка онлайн-покупок зросте щонайменше до 20 % [2].

Таблиця 1

Приклади застосування ІТ-технологій у ритейлі*

Суб'єкти	Форми	Застосування ІТ-технологій дозволяє …
Lacoste	Мобільний додаток	«приміряти» весь асортимент 3D-моделей кедів, відсканувавши ногу, поміщену на графічне зображення в магазині
Sephora	Запрограмоване 3D-дзеркало	підібрати тіні для очей і зменшити кількість тестових зразків у магазинах
Burberry	Персонал з iPad, люстра з відеоекранами	візуалізувати картинку з показу мод конкретної моделі товару чи бренду, радіочастотний маяк на лоті якого зафіксував наближення покупця
Hointer	Робот	доставляти товарів до примірочних, підбирати їх різновиди
Home plus	Віртуальна продуктова полиця у метро	зареєстрованому на сайті ритейлера покупцю оформити вибір і доставку товару, зафіксувавши камерою QR-код зображеного продукту на е-полиці
Diesel	Інтерактивна примірювальна	зробити світлину (із логотипом бренду), опублікувати її у соціальній мережі, обговорити у веб-спільності
Clinique	Стійка з iPad-ом	ідентифікувати стан і проблеми шкіри, отримати рекомендації дерматолога, вибрати товар з додатковими експертними оцінками, зберегти отриману інформацією
Tommy Hilfiger	Інтерактивне вікно	ділитися перехожим і відвідувачам своїми зображеннями, із яких складаються колажі на вітринах, залучаючи тим самими аудиторію до процесу продажу офлайн-магазинів

**Укладено за [3]*

Одним із визначальних чинників у розвитку роздрібної торгівлі та способів доставляння товарів до кінцевих споживачів будуть купівельні уподобання зростаючої частки технологічно адаптованих жителів. Нові можливості для ритейлерів відкриватимуться на ринках, які розвиваються. Конкурентні переваги отримують підприємства ритейлу з розвиненою інфраструктурою та цікавими для споживачів брендами. Найбільший бум онлайн покупок очікується у Китаї та Індії. В Україні, де половина населення користується Інтернетом і тільки кожен шостій користувач робить покупки через Інтернет, також є підстави для активізації електронної комерції. Орім того, набуватимуть поширення описані вище інноваційні процеси, що притаманні підприємствам ритейлу у передових країнах.

Попри зростання вітчизняного ринку роздрібної торгівлі, висхідну динаміку кількості підприємств ритейлу західноєвропейського стандарту, Україна за показником середньої торгової площі у розрахунку на одного мешканця поступається багатьом країнам, у т.ч. Польщі, Росії, Чехії та Словаччині. Залишається не насиченим ринок послуг, що продукуються сучасними форматами торгівлі (ритейл-парками та торговими центрами нового покоління) на тлі стабільно високого попиту на нерухомість для стріт-ритейлу. Це свідчить про перспективи розвитку ритейлу в Україні, а його інвестиційна привабливість – про розширення можливостей для впровадження інновацій.

1. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг : [навч. посіб.] [друге видання, випр. і доповн.] / Л. І. Крамченко – Львів : «Новий світ» - 2000, 2006 – 296 с. 2. Усі в Мережу: як український ритейл адаптується до європейських новацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://forbes.net.ua/ua/opinions. 2. ІТ-технології в ритейлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : newtsum.com/press/retail.

Гальчак Х.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного ринку особливої актуальності набуває проблема забезпечення сталого соціально-економічного розвитку. Зарубіжний досвід доводить, що лише за умови поєднання державного регулювання і соціально відповідальних корпоративних стратегій функціонування бізнесу та побудови ефективної моделі їх взаємодії можливо досягти цілей сталого розвитку. Саме тому, сьогодні розпочався процес пошуку органами державної влади та суб'єктами господарювання спільної платформи для діалогу «уряд – бізнес – громадське суспільство», де соціальна відповідальність є одним із ключових факторів.

Поява в середині XX ст. концепції корпоративної соціальної відповідальності змінила пріоритети західного підприємницького світу щодо визначення цілей та місії бізнесу. Якщо ще в зародковому стані концепції основним завданням впровадження корпоративної соціально відповідальної стратегії вважалося меценатство та філантропія, то в другій половині XX ст. соціальна відповідальність дедалі більше інтегрується в категорію стратегічного менеджменту організації. Одним із чинників, що спровокували таку еволюцію розвитку концепції стали наукові дослідження проблем сталого розвитку. Під стійким розвитком в сучасних умовах ринку розуміють таку модель соціально-економічного розвитку, при якій досягається задоволення життєвих потреб нинішнього покоління без позбавлення майбутніх поколінь таких можливостей унаслідок вичерпання природних ресурсів і деградації навколишнього природного середовища. Фундаментом для реалізації такої стратегії стала концепція соціальної відповідальності (англ. – corporate social responsibility), або, іншими словами, концепція корпоративної стійкості. В контексті сталого розвитку вона характеризується як модель управління корпорацією, що включає три аспекти її діяльності: економічний, соціальний та екологічний. А також, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами права, інтегрована в діяльність всієї організації і застосовується в її взаємозв'язках (із зовнішніми агентами). Аналізуючи досвід розвинених країн світу з інтеграції соціальної відповідальності в стратегію ведення бізнесу, варто відзначити, що лише та модель корпоративного управління принесе успіх на ринку, яка побудована на засадах соціальної відповідальності та слідує принципам сталого розвитку [1, 2, 3].

Оскільки, основою сталого розвитку, як і соціальної відповідальності, є паритетність відносин у ланцюжку «людина – бізнес - природа», то підґрунтям побудови концепції соціальної відповідальності підприємства в XXI ст. повинні стати принципи стратегії сталого розвитку підприємства, ключовими з яких є:

- принцип обережності: збереження сучасного стану навколишнього середовища супротивну безповоротним змінам;
- принцип «передбачати і запобігати»: більш дешева та менш ризикована альтернатива ліквідації збитків навколишньому середовищу;
- принцип екологічності виробництва: перехід на екологічно безпечні технології з метою зниження рівня техногенного навантаження на довкілля;
- принцип «забруднювач платить»: відшкодування повної вартості екологічного збитку;
- принцип підзвітності: визначення компанією рівня впливу її діяльності на оточення та необхідності брати на себе відповідальність за такі дії. Обов'язкове проведення екологічної експертизи та аудиту на підприємстві;
- принцип гуманності: створення оптимальних умов для інтелектуального і соціального розвитку працівників, визнання природного права кожної особистості на свободу, індивідуальність, соціальну захищеність та розвиток здібностей.

Ефективна реалізація економічних, соціальних та екологічних важелів забезпечення сталого розвитку підприємств та побудова на цій основі соціальної відповідальності потребує належного інвестиційного, організаційного та інституціонального забезпечення. Відзначимо, що забезпечення

стабільного фінансування заходів, спрямованих на гармонійний соціо-еколого-економічний розвиток підприємства з урахуванням очікувань зацікавлених сторін, а також удосконалення економічних інструментів є основними передумовами реалізації механізму забезпечення сталого розвитку. Відзначаючи важливість інвестиційного забезпечення сталого розвитку підприємства, варто звернути увагу на той факт, що розвиток принципів сталого розвитку економіки країни неможливий без активної участі держави в регулюванні інноваційно-інвестиційної підтримки підприємств, які активно займаються реалізацією екологічних та соціальних програм, складають соціально-економічну цінність для розвитку громадянського суспільства. Відповідно, концептуальною основою забезпечення соціальної відповідальності підприємства повинно бути забезпечення його сталого розвитку [4, с. 108].

На даний час в Україні процес впровадження концепції сталого розвитку лише набирає обертів. У вересні 2013 року розпочала свою діяльність робоча група щодо розроблення проекту Національної стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні до 2020 року. А в 2015 році ухвалено стратегію сталого розвитку «Україна - 2020», метаю якої стало впровадження європейських стандартів життя та вихід України на світові позиції. Оскільки в умовах несприятливих змін зовнішнього середовища базовою стратегією багатьох виробників є виживання, то впровадження стратегії сталого розвитку відбувається за ініціативою великих підприємств, які активно впроваджують соціальну відповідальність у свою повсякденну роботу. Нині вона виступає як прояв філантропії, набуває вигляду спонсорської допомоги окремих компаній. Основну увагу меценати та спонсори приділяють таким видам соціальної діяльності як: підтримка соціальних проектів, підвищення якості продукції, матеріальна допомога малозабезпеченим громадянам, інвалідам, закладам соціальної допомоги, співпраця з місцевими органами влади, проведення благодійних акцій, заохочення до волонтерства тощо. У той же час доволі мізерними є інвестиції, що спрямовуються на охорону та відновлення довкілля, впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, поліпшення умов праці на підприємствах, розвиток персоналу, підвищення інноваційної активності тощо [5].

Досвід розвинених країн світу свідчить, що забезпечення сталого розвитку є міцним фундаментом для побудови соціальної відповідальності підприємства. Слід зазначити, що ефективний механізм формування соціальної відповідальності в Україні можливий лише за умови адекватного впровадження відносин, принципів і цінностей соціальної відповідальності на основі реалізації стратегії, що сприятиме підвищенню репутації компанії, вартості бренду та мотивації персоналу.

1. Власова Т. Р. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та тенденції / Т. Р. Власова // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 1. – С. 52-57. 2. Мавріна А.О., Войцеховська Ю.В., Копець Г.Р. Соціальна відповідальність бізнесу: зарубіжний досвід/ Мавріна А.О., Войцеховська Ю.В., Копець Г.Р. // Науковий вісник НЛТУ України. – Сер.: Освітянські проблеми вищої школи. – Львів. – 2015. – Вип. 25.4. – С. 395 – 400. 3. ISO 26000 – Соціальна відповідальність. URL: [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm. 4. Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению : монография / под общ.ред. д-ра экон. наук, профессора О. В. Прокопенко. – Польша: «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», –2014. – С. 474. 5. Марчук Л. П. Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу/ Л. П. Марчук // Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 5.2. – С. 51-56.

Gonda V.
University of Economics in Bratislava
Nestorenko T.P.
Berdyansk State Pedagogical University

UNIVERSITIES AND LIFELONG LEARNING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT[1]

The fact that the aspect of sustainability penetrates into all spheres of public life, including education, is a characteristic feature of the current state of society. At present, consensus about a key role of education in achievement of sustainable development is practically achieved. In many documents of the United Nations education is mentioned as one of the key drivers of change. In this regard, the UN Summit in Johannesburg (2002) was important because it has recognized the education as a key prerequisite for achieving sustainable development. Recognizing education as a determining factor for the transition to sustainable development generated at the end of the last century the appearance of a new educational paradigm – the phenomenon of learning for sustainable development. In this regard, it should be noted the importance of the 10th UNESCO World Conference in the field of Education for Sustainable Development, held in 2009 in Bonn (Germany). Bonn Declaration contains important thesis that education for sustainable development is a new direction of education for all. Its mission is to provide the values, knowledge, habits and skills to achieve sustainable human existence. The Conference emphasized the status of education as a determinant of changes the global community [3].

In Europe in early 90s of the last century there began the substantial transformation of educational system (so-called Bologna process). The influence of the state in education greatly reduced. Changes have occurred in the system of financing education. The decentralization is realizing, the relationships universities with business are strengthening. In the sphere of education the market principles are gradually incorporated. The requirements of the market began to play a catalytic role in the transformation of traditional education systems. The importance of a unified European identity has increased significantly in the context of joining the EU in the first decade of this century a number of countries of Central and Eastern Europe. The increase in the heterogeneity of the European Community has increased the degree of importance of integration of education, which the Lisbon strategy describes as one of the main foundations of the EU's development, competitiveness and efficiency of the labor market and the most important means of transformation of the EU economy into a leading economy in the world [5].

The European Union does not aspire to create a unified system of education for the whole of Europe or a complete unification of national education systems. Rather, it is about the organization of cooperation between the countries, while maintaining cultural and linguistic diversity and the international exchange of experience. The principles of subsidiarity, set out by the Maastricht Treaty (Treaty on European Union), is a guarantee of such diversity. According to this principle, education remains an area of national policies of EU member states and education system is developing taking into account the specifics of national values. Convergence of European education systems gives grounds to speak about the tendency towards Europeanisation. Teaching foreign languages, providing conditions for mobility of students and teachers, the mutual recognition of diplomas, the development of competencies of students, development of lifelong learning (LLL) contribute to this process [5].

Over the past decade the system of generation and transmission of knowledge was radically changed, and volume of knowledge has increased several times. Today it is impossible at once, even for 5 or 6 years, prepare a person for professional activities for a lifetime. Now about 5% to 20% of theoretical and professional knowledge are annually updated. "Half-life" of professional competence (reduction of its competence by 50% as a result of new information) in many professions is about 5 years [4]. This means that

[1] This report was supported by the grant of the Agency of project VEGA № 1/0393/16 titled "The European Union in the post-crisis period – macroeconomic and microeconomic aspects" (25%) and of the project VEGA № 1/0409/14 titled "Development trends of comparative economic systems" (25%), as well as by the grant from the Visegrad Fund №51501858 «Factors of formation of space: the role of the economic benefits of higher education qualification".

a student by the moment of graduation has already partially outdated knowledge and his (her) competence does not meet the labor market requirements. The solution of this problem is possible through the implementation of lifelong learning systems, when basic education will be periodically supplemented with additional training programs and will be organized not as a complete system, but only as the basis, the foundation, in future complemented by other programs. This implies that the university graduates in addition to the knowledge gained in a narrow profession needs during their studies at the university to develop the ability to learn throughout their professional life, to develop communication skills, adaptability, self-improvement, organizational and team effectiveness, etc.

Necessity of implementing of lifelong learning is considered at different levels. At European level, this issue is considered, among other things, and in the context of the Bologna Process, which is being implemented to create common European Higher Education Area as a necessary condition for sustainable development of the European continent [1]. Currently, higher education reforms in the framework of the European Higher Education Area touched upon 47 countries, both inside and outside Europe [2]. The implementation of lifelong learning strategy at national and European levels is a prerequisite for the formation of the European Higher Education Area as a key factor for sustainable development of Europe.

Different European countries have different understandings and few shared conceptions of lifelong learning. And it's difficult to estimate public and private expenditures on lifelong learning. As noted in Implementation Report *The European Higher Education Area in 2015*, in the 40 higher education systems for which data are available, higher education institutions do not have a public budget specifically for lifelong learning [2]. In 14 countries, the general education budget contributes the majority of funds to lifelong learning (fig.1). Slovakia is among these countries.

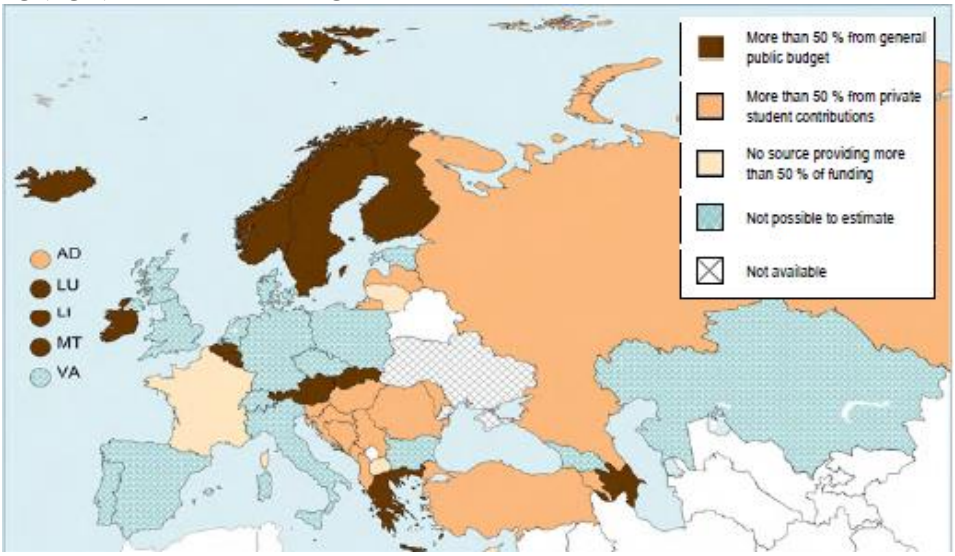


Figure 1. Sources for financing of lifelong learning, 2013/14 (source: [2])

Also in 14 systems private contributions from students form over 50% of LLL funding [2]. There isn't available official data of sources of LLL funding from Ukraine. But according to the authors, more than 50% of resources for lifelong learning come mostly as private contributions from students or businesses.

1. Bologna Process – European Higher Education Area. Ministerial Conferences. http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=43. 2. European Commission/EACEA/Eurydice (2015). The European Higher Education Area in 2015: Bologna Process Implementation Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union. 3. Образование для устойчивого развития: глобальный цивилизационный проект и интересы России. (2008). http://www.geogr.msu.ru/science/projects/our/ross_swed/publications/vladimir_2010.php. 4. Освіта протягом життя: світовий досвід і українська практика. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. http://www.niss.gov.ua/articles/252. 5. Савина А. К. (2010). Развитие европейской системы образования в III тысячелетии. http://federalbook.ru/files/FSO/soderganie/Tom%209/I/Savina.pdf.

Грибик І.І., Смолінська Н.В
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ОПОРОМ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Під час проведення організаційних змін неминуче виникає опір змінам (перешкоджання). Опір організаційним змінам є однією з основних проблем, що виникають перед організацією, що розвивається. Оскільки опір змінам – це невід'ємна частина процесу змін, важливо зрозуміти, чому він відбувається і як можна мінімізувати його вплив на процес змін, або ефективно використати зростання опору для впровадження змін в організації.

Під опором змінами розуміють ті або інші вчинки працівників, які скеровані на дискредитацію, затримку або протидію у здійсненні змін, необхідних для реалізації стратегії.

І. Ансофф розглядає опір змінам як багатогранне явище, яке приводить до передбачених затримок у реалізації запланованих заходів, до додаткових витрат і нестабільності управління процесами змін.

З погляду організаційної поведінки опір є проявом ірраціональності, відмовою визнати нові ознаки реальності, логічного мислення та його реалізації. З іншого боку, опір є не чим іншим як природним проявом різних психологічних установок щодо принципу раціональності взаємодії окремих працівників і груп.

Для того, щоб керувати опором, менеджери аналізують види та причини їх виникнення і розробляють методи їх подолання. Науковці виділяють такі головні причини виникнення опору змінам, які необхідно враховувати:значні витрати, пов'язані із заміною старого (найбільший опір проявляється у періоді зрілості організації, коли вона найбільше забюрократизована, коли налагоджені довготривалі зв'язки між групами і працівниками, які треба змінювати); зміни в організаційній структурі (значні організаційні зміни ведуть до зміни функцій виконавців, зміни їх прав і обов'язків, а також можливостей для подальшого зростання); дуже серйозний опір змінам чинить високо інтегрована система з високим рівнем організаційної культури, яка має добре згуртований колектив, де цілі та переконання збігаються, (зміни розглядаються як загроза наявним стосункам, і підприємство протидіятимуть цим змінам); невизнання проблем чи неузгодженість у розумінні їх причин та змін; побоювання щодо збільшення обсягу робіт із тим самим рівнем заробітної плати; ігнорування традицій що склались у стабільних організаціях (зміни, які істотно впливають на поведінку людей, приводять до невизначеності щодо соціальних стосунків у майбутньому); «революційність» змін що на початковій їх стадії абсолютно не дають уявлення працівникам про кінцевий результат; відсутність зворотного зв'язку з керівництвом (керівництво не показує першим приклад дій в умовах змін); недовіра до ініціатора реформ.

Виникнення бар'єрів у сприйнятті змін відбувається, на особистісному , структурному та системному рівнях.

До особистих бар'єрів належать:страх перед невідомим, потреба в гарантіях, побоювання явних втрат, загроза сформованим соціальним відносинам, незалученість (ігнорування) у процесі проведення змін.

До структурних бар'єрів належать:інертність складних організаційних структур, взаємозалежність підсистем, за якої одна «несинхронізована» зміна гальмує реалізацію всього проекту; опір передачі привілеїв певним групам і можливих змін у сформованому балансі влади, минулий негативний досвід.

Опір системи (організаційний рівень) пов'язаний з некомпетентністю організації. Він має місце в таких випадках:

- коли існує розрив між ситуацією, яка склалася, і тими завданнями, які пропонується вирішити наявним управлінським персоналом;
- невідповідністю організаційної компетентності рівню агресивної стратегії;
- непослідовністю дій у процесі змін;
- неналежною підготовкою до змін організаційної структури і культури організації, які не можуть швидко адаптуватися до нових стратегічних вимог і змін.

Для кращого управління опором змінам пропонуємо розділити причини на дві групи - причини котрі криються в самому процесі змін і в середовищі в котрому реалізуються зміни.

Найсильніше неприйняття змін (з причини процесу реалізації змін)відбувається, коли:

- зміни є рішучими і радикальними;
- зміни є раптовими і несподіваними;
- в результаті внесення змін можливі і негативні наслідки для працівників;
- існує сильна підтримка будь-якого рішення, що знижує цінність змін;
- цілі настільки невизначені, що призводять до невпевненості;
- попередні зміни не дали позитивного результату.

Найсильніше неприйняття змін (з причини середовища) відбувається, коли:

- замкнутість корпоративної культури;
- надмірна забюрократизованість, що паралізує будь-яку ініціативу;
- недалекоглядна і вузьконапрямлена політика керівництва;
- низький рівень довіри до працівників;
- відсутність досвіду роботи в командах;
- надлишок самовпевненості і брак лідерських якостей у менеджерів середньої ланки;
- страх невідомого.

Управління опором у цих двох групах має відрізняєтися набором методів. Найпоширенішими є наступні методи подолання опору змінам котрі впливають на процес реалізації змін а через нього зможуть впливати і на середовище (тобто діють для обох груп причини опору) : *просвітницька діяльність і спілкування* (полягає в оприлюдненні менеджерами своїх знань про ситуацію, опір може бути переборений через навчання людей виявленню проблемних сфер, усвідомленню необхідності змін, що у свою чергу усуне нерозуміння, пов'язане із невірною або неповною інформацією); *залучення до участі* (мета - залучення потенційно опірних працівників до процесу планування і реалізації змін; участь як тактика подолання опору заохочує до відкритої комунікації та розширює перспективи залучення усіх груп до процесу змін); *допомога та підтримка* (допомога й підтримка особливо необхідні, якщо в основу опору покладено власний страх і занепокоєння, . суворі менеджери зазвичай невиправдано ігнорують такі види опору та ефективність такого способу боротьби з ним); *власний приклад* (коли вище керівництво починає свою діяльність в напрямку ще до початку оголошення своїм підлеглим про проведення змін, тим самим показуючи що вони вже змінились, і це під силу і іншим);*маніпулювання та кооптація* (у деяких ситуаціях менеджери намагаються приховати свої справжні наміри від інших людей, використовуючи маніпуляції, що можна застосовувати тільки у випадках виправданого результату); *примус* (як і маніпуляція, використання примусу – це ризикований процес, оскільки люди завжди пручаються нав'язаним змінам).

Найпоширенішою помилкою менеджерів є використання лише одного чи обмеженої кількості методів подолання опору змінам. Тому менеджер високого класу повинен використовувати різну підходи під час подолання опору змінам, і можливо до окремих працівників індивідуально.

Для того, щоб знизити індивідуальну тривогу навчання персоналу в організації, необхідно збільшити відчуття психологічної безпеки персоналу низкою втручань, за рахунок: окреслення менеджерами переконливої картини майбутнього перед підлеглими; організації формального навчання та неформального навчання відповідних груп/команд; використання позитивних рольових моделей; створення групи підтримки; формування послідовних систем і структур; імітація та ідентифікація замість аналізу і методу проб і помилок; поєднання стратегічного планування із сценарним підходом щодо реалізації та корегування стратегії підприємства. Також доцільно зазначити , що мінімізувати рівень опору не завжди доцільно; так як деяк підрозділи

Дорошук Г.А.
Одеський національний політехнічний університет

ІНСТРУМЕНТИ ДІАГНОСТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

На даний момент в Україні і в інших країнах використовуються досить різноманітні способи і методики організаційної діагностики підприємства. Організаційна діагностика допомагає відобразити загальну картину стану справ на підприємстві, виявити проблеми та їх місце в його діяльності. При діагностиці підприємства основне – визначення і детальний аналіз особливостей системи управління в сучасних умовах, що дозволяє організаційній діагностиці формувати напрями розвитку підприємства в цілому. Організаційна діагностика цікавить вчених з різних галузей знань: менеджерів, економістів, соціологів, соціальних психологів. В роботі будемо розглядати питання організаційної діагностики з позиції науки менеджменту.

Організаційну діагностику та діагностику організаційного розвитку розглянуто в роботах авторів С.І. Бая, Д.В. Воронкова, Д.А. Репки, К.В. Рубінштейна, В.Н. Якімца та ін. Але досі залишається невирішеною проблема узагальнення методів та інструментарію діагностики організаційного розвитку, чому й присвячена презентована робота.

Особливістю організаційного розвитку є те, що діагностика є першою сходинкою у побудові алгоритму управлінського впливу на організаційний розвиток і на практиці вона може проводитися під час або після кожного етапу управління організаційним розвитком залежно від практичної логіки дослідження об’єкта організаційного розвитку.

Пропонуємо під діагностикою організаційного розвитку (ДОР) розуміти комплексне дослідження діяльності компанії, з метою визначення факторів, що впливають на ефективність роботи підприємства, виявлення зон, що заважають досягненню максимальних результатів, визначення основних напрямів та стратегій організаційного розвитку. Проведення ДОР дозволяє вивчити історію компанії; визначити актуальний стан речей в організації; виявити ресурси і дефіцити організації; вивчити мотивацію, лояльність співробітників і можливі причини опору персоналу; визначити цілі і стратегії організаційного розвитку; обрати напрями та шляхи організаційного розвитку; створити засоби для забезпечення організаційного розвитку.

До методів ДОР можна віднести метод порівнянь, розрахунково-аналітичний, експертно-аналітичний, бальних оцінок, нормативний, балансовий, ситуаційний аналіз, логіко-змістовий аналіз, метод структуризації цілей, кореляційно-регресійний аналіз, математичне моделювання, інтерв’ю, анкетування, аналіз системи управління, діагностичне спостереження, аналіз документації, бенчмаркинг, якій є сучасним методом підвищення ефективності функціонування підприємств та організацій за допомогою втілення в практику кращих підходів управління.

Окремо слід відзначити методи самодіагностики в ДОР, які дозволяють співробітникам самостійно виявляти управлінські проблеми та знаходити рішення. Безумовно, залучення консультанта дозволить збільшити ефективність використання цих методів та знайти так звані «сліпі» плями або невидимі зони. Специфічними можна вважати методи організаційної само-діагностики: аналіз управлінських помилок: природні (неминучі) помилки; упередження; незнання; невміння; дисфункціональні схильності; управлінські ілюзії; метод «Метафора» дозволяє у контакті з керівним складом одержати першу уяву про проблеми; залучити співробітників до процесу діагностики; перебороти напруженість у відносинах між діагностиком і працівниками; метод «Хрестовина» пропонує учасникам оцінити співвідношення в їхній організації чотирьох орієнтацій: влади, ієрархій відносин; внутрішніх проблем організації; ініціативності, інноваційності персоналу; ринку, клієнтів; метод аналізу оргпатологій в побудові організації; в організаційних відносинах; в управлінських рішеннях.

До інструментів ДОР можна віднести:

- ретроспективний аналіз за допомогою аналізу організаційної історії, в якої відображено основні події, основні зміни власників, зміни напряму діяльності, зміни ринків, використання передових технологій та систем менеджменту, участі в конкурсах; нагороди. Традиційно оцінка стадії життєвого циклу здійснюється за допомогою моделей Л. Грейнера та І.Адізеса;

- фактори організаційного розвитку можуть бути досліджені в ході ретроспективного аналізу, або з точки зору перспектив розвитку організації. Після опису організаційної історії обирають фактори, які вплинули позитивно або негативно, що дозволяє глибше оцінити попередній розвиток організації та визначити ключові змінні розвитку. Дослідження факторів організаційного розвитку дає можливість оцінити перспективні напрями змін;

- структуризацію проблемного поля організації за допомогою діаграми Ішикави; схем управлінського аналізу та вибору варіанта рішення;

- розробку системи показників ДОР. Система показників ДОР, яка відображає активність організаційного розвитку, тобто дає можливість оцінити активність процесу організаційного розвитку. Запропоновано оцінювати організаційний розвиток з двох позицій: з позиції оцінки підсистем управління організаційним розвитком та з позиції реалізації спеціальних функцій управління в ході здійснення організаційного розвитку (реалізація цих спеціальних функцій відображає основні напрями організаційного розвитку та змін). Інший варіант побудови структури системи показників можливий за напрямами змін. При цьому можна виділяти напрями змін з точки зору змін в «жорсткій» або «м'якій» частини системи управління: зміни в організаційної структури, зміни в організаційних процесах, зміни в організаційній культурі. Або виділити напрями аналізу за напрямами змін, відображеними в моделях управління змінами: структура; стратегія, місія, цілі; персонал, навички; винагорода; культура, стиль; лідер змін; процеси, технології. Досвід консультування вітчизняних підприємств вказує на поширеність такого варіанту конструктивного вирішення проблеми системного вдосконалення управління підприємством та організаційного розвитку: за кожним блоком вводиться бальна шкала (наприклад, 1-10 балів), а потім на базі експертних оцінок кожному значенню від 1 до 10 присвоюється певний зміст. Для кожного підприємства зміст заходів буде унікальним. Мета - досягнення граничних значень за всіма шкалами. Тому всі планові заходи оцінюються з позиції просування до граничного значення (10 балів). Введення шкал дозволяє досягти балансу заходів по окремих напрямах. Запропонований інструмент дозволяє ефективно розподіляти ресурси на розвиток системи управління та контролювати збалансованість розвитку всієї організації. Використання тієї чи іншої структури системи показників ДОР визначається командою аналітиків згідно задач діагностики;

- оцінку потенціалу організаційного розвитку та змін [1,2];

- розробку математичної моделі проведення експрес-діагностики організаційного розвитку [3].

Запропоновані методи та інструменти проведення діагностики організаційного розвитку дозволять підприємствам та організаціям перед початком організаційного розвитку та в його процесі виявляти ключові проблеми та варіанти їх рішень. Тісна взаємодія всіх груп учасників в ході діагностики організаційного розвитку та змін дозволить отримати багатогранний зріз проблеми. Перспективами подальших досліджень є розробка інструментарію оцінки готовності організації до організаційного розвитку та змін, формування системи показників щодо діагностики організаційного розвитку.

1. Бай С.І. Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність : [монографія] / С.І. Бай. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 280 с. 2. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти : [монографія] / Д.К. Воронков. – Х. : ВД «Інжек», 2010. – 340 с. 3. Рубинштейн К.В. Модель экспресс-диагностики организационного развития / К.В. Рубинштейн, В.Н. Якимец // Труды ИСА РАН, 2008. – Т.32. – С.229-239.

Івасюк В.В., Крайниківська Л.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВПЛИВ БРЕНДУ НА ВИБІР СПОЖИВАЧЕМ ТОВАРУ

На сьогоднішній день ринок переповнений пропозицією і вибір споживача все частіше залежить від популярності бренду, а ніж від самого товару чи послуги. За умов жорсткої конкуренції кожне підприємство пропонує все більший асортимент продукції та різноманітними засобами масової інформації впливає на підсвідомість потенційних споживачів з метою індивідуалізувати свій продукт. Саме це і є початком створення бренду.

Проблемою даної ринкової ситуації є те, що споживач опирається більше на емоційну складову при покупці ніж на саму якість продукції. Вирішальними аргументами стає актуальність моделі (тенденцій), поширеність продукції, довіри до виробника, імідж фірми, а найголовніше бренд під яким продукція продається.

Статистика показує, що на прийняття рішення, щодо купівлі бренду, ціна не відіграє важливу роль і споживач готовий платити значно більше та переплачувати за самий бренд [1]:

- 72 % покупців стверджують, що за свою улюблену товарну (торгову) марку готові сплатити ціну, на 20 % вищу за найближчу ціну конкуруючої марки;
- 50 % споживачів готові до збільшення ціни (проти конкуруючої марки) на 25 %;
- 40 % споживачів готові купувати товари - відомі бренди навіть за збільшення ціни на третину;
- понад 50 % споживачів схиляються до думки, що сильна товарна марка полегшує дебют товарів на ринку. При цьому вони згодні купувати новинки під відомими брендами, які, на їхню думку, гарантують якість товару.

Окрім вище наведених факторів, важливим є також довіра та ставлення до бренду споживачів. Дані показують, що люди по різному ставляться до брендів у різних частинах світу. У США люди довіряють тільки 22% брендів, а в західній Європі – 31% [2].

Відсоток брендів, які позитивно впливають на якість життя в цих регіонах складають 3% і 7% відповідно. Показники щодо довіри є вищими в Азії (78%), але в країнах цього континенту позитивний вплив брендів на життя людей складають тільки 38%. Все це говорить нам про те, що довіри недостатньо щоб бути впливовим брендом [2].

Специфіка купівельної поведінки українців визначає особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку [3]:

– загальний рівень розпізнання брендів у українських споживачів не великий, але він постійно росте, тому Україна - це країна, де можна досить швидко створити і просунути новий бренд: для "розкрутки" бренду на Заході потрібно 20-50 млн. доларів, в Україні - 4-12 млн.;

– у наслідок стрімкого насичення вітчизняного ринку споживачі не встигають формувати лояльність до визначеної товарної марки в зв'язку з постійною появою нових товарів, раніше не відомих;

– у споживачів спостерігається зростання недовіри до якості закордонних товарів, особливо продовольчих, і однозначна перевага вітчизняних марок продуктів харчування;

– бренд в Україні в набагато більшому ступені, ніж на Заході, сприймається як символ "автентичності товару" (відсутність підозр у незаконній підробці марки);

– у свідомості вітчизняного споживача поняття "бренд" як би "розколоте" між трьома факторами: країна-виробник, привабливість упакування і товарна марка, тому назва марки повинна доповнюватися відомостями про країну-виробника.

Отже, підсумовуючи все вищенаведене можна зробити висновок, що вплив бренду на споживача є значним. В Україні все ще утримуються стереотипи щодо обов’язкової якості орендованих товарів і це факт необхідно використовувати в діяльності підприємств.

1. Кузьмін О.Є. Споживча корисність бренду / О. Є. Кузьмін, О. Б. Гевко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – №1. – С.34-37. 2. Наиболее значимые бренды 2015. – Режим доступу: http://www.management.com.ua/tend/tend695.html. 3. Тихонова А.В. Дослідження впливу торгової марки на споживчий попит і результати ринкової діяльності фірми / А.В. Тихонова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 32 – С.144-145.

Кирилич Т.Ю., Майданська А.-А.Е.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПАРАДИГМА КІБЕРСКВОТИНГУ: АКТУАЛІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ

Кіберсквотинг – незаконні дії, які полягають у реєстрі, використанні та продажі доменного імені із бажанням отримати прибуток. Людей, що займаються такою діяльністю, називають кіберсквотерами.

Виділяють наступні види кіберсквотингу:

1. Галузевий кіберсквотинг – це реєстрація доменного імені за видами комерційної діяльності, назвою послуг або товарів. Даний кіберсквотинг є найприбутковішим. Також його перевагами є прямий потік цільових клієнтів, домен не можливо відсудити за порушення прав. Недоліками є те, що всі поширені доменні імена давно зайняті, можливо лише викупити доменне ім'я на спеціальних аукціонах, але для цього необхідно вкласти значну суму грошей.
2. Брендовий кіберсквотинг – це реєстр доменів із назвою певних торгових марок, товарних знаків, назв організацій та підприємств. Основний недолік такого бізнесу – це судова відповідальність за незаконну діяльність і можливість втратити домене ім'я. Проте, якщо кіберсквотер встановив значно нижчу ціну на домен, аніж судові витрати. То власникам фірми чи торгового знаку простіше та вигідніше співпрацювати з кіберсквотером, ніж судитися з ним.
3. Іменний кіберсквотинг – це реєстрація доменних імен, що співзвучні із прізвищами відомих людей. Перевагою даного бізнесу є те, що він законний.
4. Географічний кіберсквотинг – це реєстр доменів за географічною назвою. На приклад реєстрація доменів із назвою міста, країни, річки, острова. Перевагою даного бізнесу є те, що власник такого доменного імені має велику кількість відвідувачів ресурсу (мешканців даної місцевості, туристів). Недолік полягає у тому, що кількість доменних імен, співзвучних із географічними назвами, є дуже обмежена.
5. Захисний кіберсквотинг – це реєстр законним власником торгового знаку чи підприємства доменних імен подібних, співзвучних, близьких до його власного доменного імені. Такі дії виконуються для того , щоб випередети кіберсквотера та не стати його жертвою.
6. Тайпсквотинг – реєстр доменів, схожих за написанням на доменні імена популярних сайтів, з урахуванням помилки користувачів [1].

У результаті опрацювання літературних джерел [2–12], практики функціонування інтернет-сайтів та власних напрацювань встановлено необхідність захисту легальних власників від діяльності кіберсквотерів.

Методи захисту можна розділити на попереджувальні дії та дії безпосереднього захисту. До попереджувальних дій захисту можна віднести:

- використання захисного кіберсквотингу;
- збереження комерційної таємниці щодо проектів та планів компанії, аналізу ринку;
- реєстр товарного знаку;
- реєстр доменних імен для того, щоб випередити кіберсквотерів;
- вчасне продовження реєстру доменів. Часто у великих компаніях для цього наймаються спеціальні працівники.

Дії безпосереднього захисту включають звернення до суду на основі Законів України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [13] і «Про захист від недобросовісної конкуренції» [14]. Проте в законодавстві України недостатньо висвітлено питання захисту від кіберсквотингу, а також судова система України не має достатньо досвіду у вирішенні подібних питань, тому рішення суду не завжди можна вважати справедливими.

Компанія може подати скаргу до Всесвітньої організації інтелектуальної власності, якщо вважає, що її торгові марки неправомірно використовуються в доменному імені, а ВОІВ має право передати доменні імена їх законним власникам [15].

Таким чином, даний вид бізнесу є досить простим, тому що завдяки невеликим зусиллям та затратам часу можна отримати значні прибутки. Проте кіберсквотинг не завжди є законним, тому є

ризик понесення судової відповідальності за протизаконну діяльність. Також власникам підприємств чи торгових знаків або відомим особистостям, варто звертати увагу на захист власного доменного імені від кіберсквотерів.

1. Є. І. Ходаківський, В. П. Якобчук, І. Л. Литвинчук Інтелектуальна Власність економіко-правові аспекти. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 154-155 с. 2. Кузьмін О. Є. Інтелектуальна власність : прикладний аспект : [навчальний посібник] / О.Є. Кузьмін, Л.П. Сай, ОО. Пшик-Ковальська. – Львів : Растр-7, 2014. – 170 с. 3. Мартинюк В.П. Інтелектуальна власність : навчальний посібник для студентів ВНЗ III-IV рівня акредитації. – Тернопіль: ТНЕУ, 2015. – 359 с. 4. Іванюк О. В. Інтелектуальна власність : навчально-наочний посібник / О.В. Іванюк, І.Л. Литвинчук. – Житомир : В.Б. Котвицький, 2014. – 163 с. 5. Бабець І.Г. Інтелектуальна власність : навчальний посібник / І.Г. Бабець, І.П. Мойсеєнко ; Львівський державний університет внутрішніх справ. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2015. 158 с. 6. Семенова В.Г. Управління інтелектуальною власністю підприємств : теорія та практика : монографія / В.Г. Семенова. Одеса : Атлант, 2015. 321 с. 7. Право інтелектуальної власності : авторсько-правовий аспект : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / Т.І. Биркович ... [та ін.] ; Міністерство освіти і науки України, Міністерство культури України, Київський національний університет культури і мистецтв. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2015. 279 с. 8. Інтелектуальна власність : навчальний посібник / Т.Г. Васильців ... [та ін.] ; Укоопспілка, Львівська комерційна академія. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. 249 с. 9. Кузьменко Т.С. "Бренд" у праві інтелектуальної власності : теорія і практика : монографія / Т.С. Кузьменко ; Міністерство аграрної політики та продовольства України, Миколаївський національний аграрний університет. Миколаїв : МНАУ, 2014. 229 с. 10. Череп А.В. Теоретико-методичні та прикладні засади управління об'єктами інтелектуальної власності промислових підприємств : монографія / А.В. Череп, А.П. Пухальська ; Міністерство освіти і науки України, Державний вищий навчальний заклад "Запорізький національний університет", Економічний факультет. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2014. 326 с. 11. Актуальні проблеми права інтелектуальної власності : навчальний посібник / [В.К. Матвійчук ... [та ін.] ; Національна академія управління. Київ : Національна академія управління, 2014. 351 с. 12. Глосарій термінів та визначень з інтелектуальної власності : (навчальний термінологічний посібник) / В.В. Калюжний ; Міністерство освіти і науки України, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. 2-ге вид., переробл. і допов. Луганськ : Ноулідж, 2013. 319 с. 13. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» // Відомості Верховної Ради України. – 1994. - №7. 14. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» // Відомості Верховної Ради України. – 1996. - №36. 15. Алина Шарудило Что такое киберсквоттинг// Укрнеймс.Блог [Е-ресурс]. – Режим доступу: https://blog.ukrnames.com/internet-biznes/chto-takoe-kiberskvoting.

Коваль Л.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Внаслідок складних економічних умов для стабільної діяльності вітчизняних підприємств необхідне якісне управління і чітке стратегічне бачення потенціалу підприємства. Одним з пріоритетних напрямів економічної політики кожної країни є розвиток вітчизняних виробників. Враховуючи сучасну економічну кон'юнктуру більшість підприємств України перебувають у складному становищі. Не є винятком підприємства машинобудівної галузі, зокрема автомобілебудування. Так, у 2015 році в Україні зафіксовано найбільше падіння автовиробництва на 78,2%, було вироблено всього 5 654 легкових автомобілі і наша країна посіла передостаннє місце в світовому рейтингу країн, що виробляли цей вид автотранспорту. У той же час за даними Всесвітньої організації автовиробників у 2015 році світове автовиробництво виросло на 1% [1].

Раціональним є твердження про те, що у майбутньому успішно конкурувати зможуть тільки ті підприємства, які надаватимуть споживачам справді унікальний продукт, або самі створюватимуть ринки за рахунок формування нових потреб у споживачів [2, 22]. Тому розвиток автовиробників України залежить від того, наскільки він є інноваційно орієнтованим.

Проте автовиробники мають можливість набути нових обрисів діяльності, хоч і мають значно слабшу конкурентну позицію в цій галузі в порівнянні з лідерами. Визначення нових тенденцій та запровадження інновацій змогло б допомогти вітчизняним автомобілебудівним підприємствам отримати новий виток розвитку і зайняти свою частку ринку. Так, сьогодення вимагає оновленої концепції автомобіля, як такого, що не завдає шкоди навколишньому середовищу, є економним в обслуговуванні та споживанні палива, зручним у використанні, водночас має сучасний дизайн і гарний зовнішній вигляд, в доступній ціновій категорії для середнього класу. Крім того сучасні світові тенденції свідчать про постійне підвищення вимог до якості.

З кожним роком зростає частка попиту на електромобілі, виробництво яких могли б запровадити вітчизняні підприємства. Використання існуючої бази, вчасно перепрофільована діяльність і вміло спрямований напрям розвитку забезпечуватиме ефективне використання потенціалу та його зростання. Для цього необхідно посилити складові економічного потенціалу: людський, який враховує управлінський та кадровий; інноваційний, що відображає міру готовності до реалізації та впровадження інноваційного проекту; виробничий, який враховує ресурси та засоби виробництва; інформаційний, який характеризує результати інтелектуальної праці, наукомісні технології; фінансовий, який є матеріальною основою впровадження нового продукту. Так, в Україні достатньо кваліфікованих інженерів, при цьому оплата їх праці, в порівнянні з оплатою у високорозвинутих країнах, досить низька, також проводиться видобування металу і є великі запаси літію, який використовується для виготовлення акумуляторів для електромобілів. Вітчизняні автомобілебудівні підприємства мають всі умови для того, щоб зайняти провідне місце в цій галузі. Проте слід враховувати всі аспекти, оскільки згідно з дослідженнями впливу на навколишнє середовище процесу виготовлення та експлуатації звичайних (дизельних, бензинових) авто та електромобілів, зроблений висновок про те, що заводи, на яких виробляють електромобілі, викидають більше токсичних відходів, так як під час збірки електромобілей підприємство викидає вдвічі більше парникових газів [3]. Однак, якщо електромобіль живиться електроенергією, яку виробляють з низьковуглецевого вугілля або за допомогою альтернативних джерел енергії, то саме він і може допомогти зменшити викиди парникових газів і його використання є виправданим.

Також не слід обмежувати коло можливостей підприємства. Так, одним з напрямів може бути використання торієвого двигуна, який вимагатиме заправки приблизно один раз на сто років, і на створенні серійного зразка якого працюють американські фахівці. Водночас канадські розробники передбачають використання у недалекій перспективі безпілотних електричних автомобілів [4].

Тож для забезпечення розвитку підприємств та збереження їх економічного потенціалу необхідна цілеспрямована управлінська дія, важливою складовою якої є використання та розширення інноваційного потенціалу.

1. У 2015 році світове автовиробництво виросло на 1 відсоток (Новини Асоціації автовиробників України) [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://ukrautoprom.com.ua/uk/; 2. Шульгіна, Л.М., Юхименко В.В. Інноваційний розвиток підприємств: формування стратегій [Текст] : монографія / Л.М. Шульгіна, В.В. Юхименко; Нац. техн. ун-т України «КПІ». – К.: Univest PrePress, 2015. – 212 с.; 3. Електромобілі шкодять екології більше, ніж звичайні авто // iPress – Технології [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://ipress.ua/news/elektromobili_shkodyat_ekologii_bilshe_nizh_zvychayni_avto_9135.html;
4. Ціммерманн Нільс, Цимбалюк Арсен. Безпілотні авто можуть покласти край ері бензинових двигунів / Нільс Ціммерманн, Арсен Цимбалюк // Deutsche Welle - Економіка, 2016 [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://dw.com/p/1Ihi5

Копець Г.Р., Войцеховська Ю.В., Галаз Л.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ ЯК УПРАВЛІНСЬКОЇ ІННОВАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Діяльність сучасних вітчизняних підприємств характеризується громіздкими управлінськими процесами, які не відповідають необхідній швидкості реакції на зовнішнє середовище. Тому більшість підприємств не витримує конкуренції, банкрутує або вимагає реструктуризації.

Передумови впровадження реінжинірингу як управлінської інновації у діяльності підприємств:

- зміна умов існування та розвитку суб'єктів ринкових взаємодій;
- перетворення організаційних, виробничих структур у мінливому динамічному бізнес-середовищі;
- посилення кризових явищ у вітчизняній економіці;
- необхідність удосконалення стратегії розвитку підприємств щодо підвищення конкурентоспроможності на основі орієнтації на вимоги споживачів;
- зміна поглядів на бізнес як на інженерну діяльність, яка вимагає реконструкції, нових способів виконання робіт, бізнес-процесів, спрощення/удосконалення структури [1];
- застосування процесного підходу до побудови бізнесу та змін в організаційній структурі управління ним, наявність достатніх коштів на впровадження змін.

Здійснені дослідження дозволяють узагальнити умови успішного впровадження реінжинірингу на сучасних підприємствах:

- розгляд підприємства з точки зору макро- рівня;
- пошук резервів зниження витрат та підвищення прибутковості підприємства власне з цієї точки зору;
- уточнення мети діяльності підприємства, вибір пріоритетних бізнес-процесів, ліквідація недоцільних, громіздких, непотрібних бізнес-процесів;
- застосування концепції Change Management для ефективного управління змінами, допомога адаптації персоналу до необхідних змін з боку менеджерів вищої ланки управління;
- комп'ютеризація технологій реінжинірингу;
- підвищення кваліфікації задіяного персоналу;
- залучення при необхідності професійних консультантів;
- ефективне бюджетування окремих напрямків розвитку бізнесу;
- аналіз ефективності реінжинірингу за допомогою співставлення за принципом «витрати-результат»;
- застосування сучасних методів аналізу процесів (Method for Analyzing Processes, MAP), внутрішньофірмової оцінки діяльності (In-Department Evaluation of Activity, DEA), управління якістю процесів (Process Quality Management, PQM) [2, с.102-103].

Для успішної реалізації технології реінжинірингу необхідно підвищити мотивування працівників на основі об'єктивного оцінювання отриманих результатів. Слід мати на увазі, що функції менеджерів суттєво змінюються: переважають партнерські і консультаційні функції замість контролюючих [2]. Керівництво повинно налагодити безпосередній контакт з виконавцями та споживачами. Реалізація вищенаведених рекомендацій дозволить знизити витрати, підвищити конкурентоспроможність та прибутковість підприємств.

1. Корінєв В.Л. Особливості використання реінжинірингу на вітчизняних підприємствах / В.Л. Корінєв // Держава та регіони: Наук.-виробн. журнал. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. - №5. – С. 44-47. 2. Розкошна О.А. Особливості формування системи реінжинірингу бізнес-процесів / О.А. Розкошна, М.Л. Гончарова // Академічний огляд. – 2011. - №1(34). – С.102-106.

Кулиняк І.Я., Дубодєлова А.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ДИНАМІЧНИЙ ПІДХІД У ПРИЙНЯТТІ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Прийняття інноваційного рішення являє собою процес вибору із кількох альтернативних варіантів. При тому кількість варіантів, які можуть мати тільки загальний характер, може коливатись у досить значних межах. Складність прийняття ефективного інноваційного рішення обумовлено такими чинниками:

– невизначеністю середовища та конфліктністю інтересів;
– випадковістю настання подій;
– наявністю ризику;
– відсутністю повної інформації;
– вплив суб'єктивного чинника;
– динамічністю процесів тощо.

На противагу статичному підходу до прийняття інноваційного рішення, динамічний підхід дозволяє враховувати фактор часу і оцінювати напрям (динаміку) розвитку аналізованого об'єкта чи процесу.

"Виходом" затвердженого до виконання інноваційного рішення є, як правило, результат реалізації цілей, якими можуть бути для підприємств: виробництво інноваційної продукції, надання інноваційних послуг, впровадження інноваційних процесів тощо. Результативність та ефективність кожного інноваційного рішення визначають кінцеві показники, як правило, вартісного та натурального характеру. Проте менеджера-аналітика, власника чи директора підприємства більше цікавлять вартісні показники. Прийняття інноваційного рішення повинно базуватись на аналізі комплексних та/або інтегральних показників, які формується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Виникає питання визначення оптимальної кількості чинників, які необхідно враховувати при плануванні чи прогнозуванні певного результату. Неврахування всіх суттєвих чинників може вплинути на значне відхилення фактичних значень від планових. На противагу, врахування великої кількості чинників відвертає увагу дослідника від основних, які потребують першочергового врахування.

Динамічний підхід при прийнятті інноваційних рішень дозволяє не тільки дати оцінку чинникам, а й врахувати їх причинно-наслідкові зв'язки, які формують майбутні стани розвитку об'єкта чи ситуації. Врахування зміни чинників в динаміці дозволяє здійснювати ранжування та відбір рішень за необхідними для аналізу характеристиками, наприклад, ймовірність реалізації, вплив на зацікавлені групи, важливість наслідків, тривалість тощо.

Прийняття інноваційних рішень за динамічним підходом пропонуємо здійснювати шляхом аналізу показників, які відображають: 1) теперішній час – статичні показники; 2) минулий час – показники, які відображають розвиток об'єкта чи процесу у ретроспективі; 3) майбутній час – прогнозні показники, які відображають можливі стани об'єкта чи процесу у майбутньому (наприклад, такі показники, як чиста теперішня вартість, термін окупності, індекс рентабельності тощо, які дозволяють оцінити ефективність впровадження інновацій).

Більшість науковців схиляється до думки врахування чинників при прийнятті інноваційних рішень з різних сфер діяльності (виробництво, фінанси, персонал, маркетинг тощо). Декомпозиція чинників необхідна як основа формування оптимального комплексу параметрів, які будуть відображати наслідки впливу чинників. Різночасове врахування динаміки розвитку об'єкта чи процесу дозволяє приймати оптимальні інноваційні рішення з врахуванням чинників внутрішнього та зовнішнього середовища та більш точніше прогнозувати результати в умовах невизначеності та ризику.

Лісовська Л.С., Здоровега М.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДЖЕРЕЛА СИНЕРГІЗМУ У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційний поступ організації повинен базуватись на розвитку потенціалу зовнішнього і внутрішнього оточення, і завдяки цьому організація зможе створювати нові пропозиції для споживачів та нові можливості для себе.

Пріоритетом сучасної концепції інноваційного розвитку є ланцюг створення вартості. Стратегічними цілями управління при цьому є вдосконалення ланцюга створення вартості через підвищення якості та корисності виконання функцій та завдань етапів інноваційного процесу. Оптимальна структура ланцюга створення вартостей зумовлюється галузевими факторами, рівнем радикальності інновації та рівнем стратегічного потенціалу організації. Здатність менеджерів вчасно виявляти та обґрунтовувати компетентність ринкових організацій у створенні інновацій зумовлює ефективність інноваційних процесів організації. Але це слід вважати першим кроком до створення синергії.

Економічною основою синергізму є можливість забезпечення результату від спільних зусиль декількох окремих суб'єктів, який перевищує результуючий показник їх самостійної діяльності. Встановити наявність синергії легко, але її ефекти важко планувати, а тим більше — реалізовувати. [1]. Складним завданням також залишається оцінювання величини синергетичного ефекту. Синергетичні ефекти можна описати і розрахувати арифметично за допомогою трьох показників: збільшення прибутку; зниження операційних витрат; зниження потреби у всіх видах ресурсів. Тому четвертим показником синергетичного ефекту можна вважати прискорення змін перших трьох показників.

Джерела виникнення синергетичного ефекту можуть бути різними. Наприклад, ефект синергії виникає в результаті поєднання наявних та потенційних ресурсів [2]. Передумовою виникнення може стати синергізм оточення підприємства як джерело співпраці та конкурентного потенціалу.

На підставі аналізування наукових та методичних джерел виокремлено три джерела синергізму у діяльності економічних систем (рис. 1).

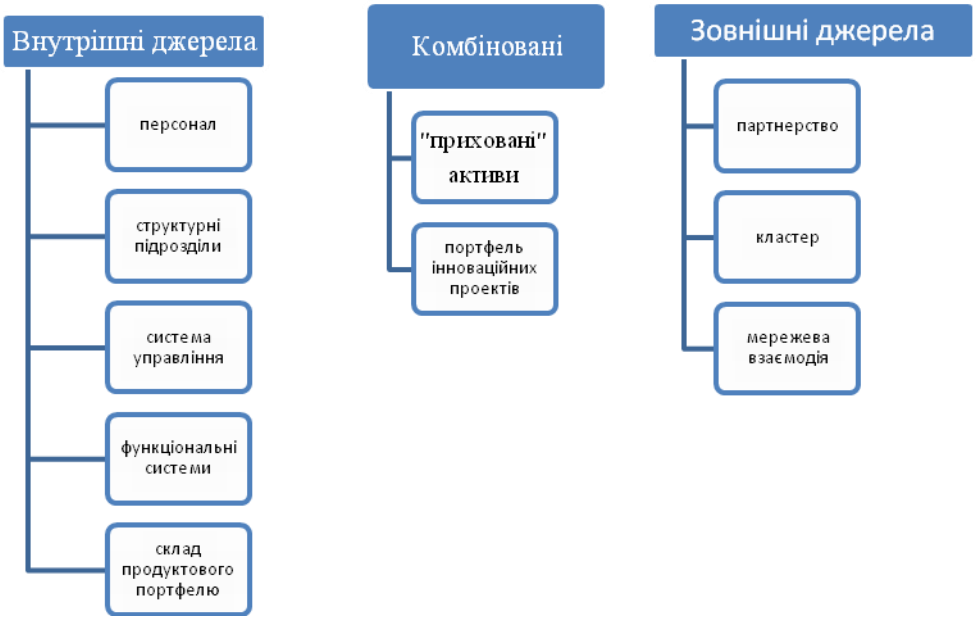


Рис.1. Джерела синергізму економічних систем*

Джерело: власна розробка авторів

Внутрішні джерела синергетичного ефекту знаходяться безпосередньо у підприємстві. Отримання синергетичного ефекту в системі управління можливе через краще узгодження цілей організації та її підрозділів, взаємокоординування цілей інноваційного ланцюга, оптимізацію

організаційної структури, освоєння нових методів планування та впровадження інноваційних методів управління.

Синергетичний ефект у сфері управління виявляється, коли для прийняття управлінського рішення менеджери з різними позиціями та однаково високим професійним рівнем та компетенціями обґрунтовують та формують спільне вирішення проблеми. Причому взаємодія виникає як усередині окремих підрозділів підприємства, так і між цими підрозділами. Тому професійною ознакою менеджера повинно стати вміння виявляти, нарощувати і здобувати позитивний синергетичний ефект від поєднання і взаємодії як окремих ресурсів, так і управлінських якостей керівників усіх підрозділів, що обумовлено їхнім взаємодоповненням, взаємопідтримкою та взаємовпливом.

Менеджери повинні уміти вільно адаптуватися до ситуації у зв’язку з виникненням нових видів спеціалізацій; через персоніфікацію виробництва й ускладнення виробничих процесів не тільки швидко переключатися з однієї спеціальності на іншу, але й справлятися з підвищенням складності і вимог кваліфікації для кожної конкретної операції; адаптуватися до необхідності збільшення інтенсивності набуття і застосування знань.

Спробою дослідити потенціал синергійної взаємодії (такої, що забезпечує додаткові результати) є розрахунок рівня узгодженості суб'єктів у процесі вироблення та прийняття рішень: за умови високого рівня такої взаємодії можна очікувати максимальний результат від спільної діяльності [3] розроблено методологічний підхід до визначення синергійного ефекту, який дозволяє ухвалювати управлінські рішення з урахуванням можливостей досягнення ефекту синергії за рахунок управлінського співробітництва й зростання управлінського потенціалу взаємодії.

Зовнішні джерела синергізму можна сформувати у результаті взаємодії суб’єктів господарювання. На наш погляд, для підвищення ефективності інноваційної діяльності доцільно оптимізувати ресурси для розроблення та комерціалізації нової ідеї/продукту. У інноваційній інфраструктурі такими напрямами оптимізації можуть стати кооперативні відносини або кластер.

Відносини суб'єктів господарювання всередині кластерної мережі являють собою стратегічний альянс, учасники якого: виробляють загальну стратегію або, принаймні, загальну мету, обмінюючись ідеями й ноу-хау; є єдиним суб'єктом конкуренції, оскільки більш ефективно використовують ресурси, знижують трансакційні витрати й витрати на контроль матеріальних потоків, є партнерам у господарській діяльності.

В даному випадку оптимізуються витрати внаслідок зменшення сукупних витрат і більш ефективно використовуються елементи інноваційного потенціалу. Створення оптових складів дозволить отримати синергетичний ефект від збуту та маркетингу, опанування нових видів діяльності дасть змогу не лише завоювати новий сегмент ринку, але й поліпшити задоволення потреб існуючих клієнтів підприємства тощо.

Комбіновані джерела синергізму формуються через спільне використання інноваційного потенціалу окремих суб’єктів, які не лише поєднують зусилля у інноваційних процесах, але й посилюють взаємні ресурси спільним використанням у процесах створення нової споживчої цінності.

Ідентифікація джерела виникнення та прикладання інноваційних можливостей окремих суб’єктів – учасників інноваційних процесів дозволить оптимізувати затрати ресурсів та часу для формування необхідного рівня ефекту інноваційної діяльності у екосистемі інновацій.

1. Поплавська Ж. Ефект взаємодії (Синергізм в економіці) / Ж. Поплавська // Вісн. НАН України. — 2001. — № 5. — С. 39-42. 2. Шестерняк М.М. Синергетичний ефект у спільному будівництві як фактор економічного зростання / М.М. Шестерняк // Вісник ЖДТУ. – 2013. – № 3(65). – С. 68-74.3. Полянська А. С. Методологічні засади дослідження синергії взаємодії суб'єктів управління в умовах ситуаційного управління / А. С. Полянська // Науковий вісник НЛТУ України. - 2012. - Вип. 22.7. - С. 258-266.]. Окрім того, у [Полянська А. С.Визначення ефекту синергії в процесі прийняття управлінських рішень / А. С. Полянська, С.Афонькін // Економіка. – 2013. – Вип.№5 (125), вересень-жовтень. – С. 87

Мавріна А.О., Кузик А.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні тенденції розвитку економіки свідчать про те, що, для успішного функціонування на ринку, підприємство вже не може обмежуватися лише господарською діяльністю. Суспільство вимагає від підприємства участі у вирішенні соціальних проблем та піклування про навколишнє середовище. Важливим стає не тільки досягнення основних цілей діяльності, але і спосіб, у який вони досягаються. Тому сьогодні серед, насамперед, великих, а також середніх і малих підприємств все більшого розповсюдження набуває концепція соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу стає новою роллю підприємства в суспільстві, новою формою партнерства.

Соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, заснована на найвищих етичних стандартах, в якій добровільно і свідомо враховуються інтереси суспільства, дбайливе ставлення до навколишнього середовища, а також очікування різних груп зацікавлених сторін: власників, клієнтів, постачальників, працівників, інвесторів, акціонерів, банків та інших бізнес-партнерів.

Соціальна відповідальність підприємства може реалізуватись в наступних формах:

- реалізація власних соціальних програм і заходів;
- інформаційна співпраця зі ЗМІ;
- співпраця з громадськими організаціями, некомерційними організаціями та профспілками;
- партнерство з органами державної та місцевої влади.

До інструментів реалізації соціальних програм належать:

- благочинні пожертви та спонсорська допомога;
- добровільне залучення працівників підприємства в соціальні програми;
- соціальні інвестиції;
- соціальний маркетинг;
- грошові гранти;
- позначення еко-товарів та соціальних товарів.

Сучасне підприємство повинно будувати свою стратегію на поєднанні власної місії з потребами і очікуваннями зацікавлених сторін. Узгоджені з місією повинні буті і соціальні ініціативи підприємства – тільки в такому разі можливий позитивний ефект. Витрати, пов’язані з реалізацією даної концепції, вважаються інвестиціями, що дозволяє підприємству отримувати переваги в довгостроковій перспективі. Спостерігається залежність розміру витрат на соціальну діяльність від розміру підприємства. Відповідно великі підприємства мають більше можливостей для ведення систематичної соціально відповідальної діяльності, в той час, як слабкий фінансовий стан обмежує можливості середніх і малих підприємств, і їх соціальні ініціативи часто носять разовий характер. До переваг від впровадження концепції відносяться такі:

- підвищення інвестиційної привабливості;
- покращення іміджу та позитивна репутація підприємства;
- зростання вартості підприємства;
- побудова приязних стосунків з місцевою спільнотою та владою;
- розширення ринків;
- можливість доступу до дешевших фінансових ресурсів;
- підвищення лояльності клієнтів та інших зацікавлених сторін;
- розвиток персоналу та його мотивація, зменшення плинності кадрів та привабливість для потенційних працівників;
- підвищення продуктивності праці;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Отже, сьогодні соціальна відповідальність трактується, як елемент стратегії підприємства, що забезпечує його зрівноважений розвиток при оптимальному використанні ресурсів.

Mendryk Iwona
Faculty of Economics, Maria Curie Skłodowska University

SEX VS. EMPLOYEES' ENGAGEMENT- A COMPARATIVE ANALYSIS BASED ON RESEARCH RESULTS[1]

Employees' engagement, especially its assessment and factors impacting it, attract significant interest among both management theoreticians and practitioners. The literature of the subject defines several terms describing employees' engagement, i.e. *work engagement, work commitment, work involvement, job involvement or employee engagement* [see Łaguna et al. 2015, pp. 277-284]. The present study focuses on engagement in work and commitment to the organization. The concepts of Schaufeli and Bakker (*work engagement*), and Mayer and Allen (*work commitment*) constitute the theoretical basis for the study whose results will be presented in the paper.

Work engagement was initially operationalised in contrast of occupational burnout (Bakker, Schaufeli, Leiter and Taris 2008, pp. 187-200). However, research proved that work engagement constitutes an independent construct negatively correlated with the burnout, but one which cannot be considered its countertype (Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma and Bakker 2002, pp. 71-92, Bakker et al. 2008, pp. 187-200). Work engagement is defined as a positive frame of mind which offers satisfaction and is associated with work [Łaguna et al. 2015, pp. 277-284]. Three components of the engagement were identified: *vigour*- understood and measured as the level of energy and mental resilience at work, *dedication*- devotion to work resulting from pride with one's own work and identification with it, and *absorption* manifesting in focus on work and difficulties with becoming detached from it.

Commitment to the organisation is a concept applied by researchers most frequently in order to describe the involvement in the organisation's work. The premise pertaining to a psychological bond emerging between the employee and organisation serves as the basis of the concept [Allen, Meyer 1993, pp. 49-61]. Allen and Mayer [1993] claim that employees remain in the organisation due to their: (1) desire to remain (*affective commitment*), (2) belief that the cost of leaving the organisation would be too high (*continuance commitment*), (3) sense of a moral obligation to maintain employment (*normative commitment*).

„Affective commitment" denotes employees' emotional attachment to the organisation. A high level of such commitment results in employees' identification with the organisation and their devotion to issues associated with it [Meyer, Allen 1991, pp. 61–89]. *"Continuance commitment"* is of instrumental character. It originates from the belief that costs of leaving the organisation would be too high, and/or alternative forms of employment do not exist. *"Normative commitment"* is associated with the sense of a moral obligation to maintain employment. It is manifested in loyalty towards the organisation.

The objective of the present study was to observe whether differences between men and women as regards *work engagement* and *work commitment* exist. Research results published to-date are inconclusive as far as the issue is concerned. Some of the publications indicate there exist no differences regarding men and women, and the level of commitment. Others claim that women's engagement in work is more significant than men's. In order to assess if sex determines the level of commitment, a study encompassing 2076 employed respondents was designed. Two research hypotheses were made:

Hypothesis I: There exist statistically significant differences between men and women as regards work engagement and commitment.

Hypothesis II: Women will manifest a higher level of *work commitment* and *engagement*.

Work engagement was assessed by means of the UWES- Utrecht Work Engagement Scale in the 9-item version [Schaufeli W. Bakker A. 2003, p. 37]. An adapted Polish version of Mayer and Allen scale was applied in order to evaluate *work commitment* [Bańka A., Wołoska A., Bazińska R. 2002]. In both cases, a five-point Likert-type scale was applied.

[1] The study was financed by grant no. 2013/09/B/HS4/01311 „Competence potential of the selected employees' groups in the context of diversity management in innovative companies".

Statistical analyses (descriptive statistics, t-test) enabled the level of both men's and women's commitment to be determined and results obtained in both groups compared.

1. Allen N.J., Meyer J.P. (1993), Organisational commitment: Evidence of career stage effects? „Journal of Business Research", 26. 2. Bakker A.B., Schaufeli W.B,. Leiter M.P., Taris T.W. (2008), Work engagement: an emerging concept in occupational health psychology. „Work & Stress", 22(3). 3. Bańka A., Wołoska A., Bazińska R. (2002), Polska wersja Meyera i Allen Skali Przywiązania do Organizacji, „Czasopismo Psychologiczne", t. 8. 4. Łaguna M., Mielniczuk E., Żaliński A., Wałachowska K. (2015), Przywiązanie do organizacji i zaangażowanie w pracę - koncepcje teoretyczne i problemy terminologiczne, „Medycyna Pracy", *66(2). 5. Meyer J.P., Allen N.J.(1991), A three-component conceptualization of organizational commitment, „Human Resource Management Review", 1(1). 6. Schaufeli W., Bakker A. (2003), Utrecht Work Engagement Scale. Preliminary Manual [online], http://www.beanmanaged.com/doc/pdf/arnoldbakker/articles/articles_arnold_bakker_87.pdf, dostęp: 10.01.2015. 7. Schaufeli W.B., Salanova M., Gonzales-Roma V. Bakker A.B. (2002), The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach, „Journal of Happiness Studies", 3.*

Морозов О.Ф.
Національній технічний університет Україні «КПІ»

НОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ДИНАМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ ЯК БІЗНЕС-СТРУКТУР

(З досвіду практичної роботи автора у сфері формування інноваційної системи України з 1996 по 2016 рік)

При формуванні динамічних стратегій інноваційних систем як бізнес-структур я передбачаю продуктивне майбутнє методологічному принципу нової теорії визначенні меж виміру параметрів і їх розмірності ***моф*** (Грн/сек), суть якого зводиться **до можливості оригінального первинного поділу потужності економічних систем** п'яти рівнів **на матеріальну і нематеріальну складові** та оцінювання їх функціональної взаємозалежності не скалярними, а комплексними полями чисел. [1] Рух економічної науки у відповідності до такого принципу потрібно порівнювати не із перебудовою старого житла на нове, коли старе житло немилосердно руйнується, щоб надати місце новим будівлям, а із еволюцією зоологічних видів, які безперервно розвиваються і кінець кінцем стають невпізнанними для простого розуму, але досвічений економіст відкриє сліди, що передували роботі минулих досліджень. Цей принцип не відноситься до вимушених домислів, а представляє вже підтверджену світовою економічною практикою нашу гіпотезу [2] «*про заміщення в продуктивних силах економічних систем п'яти рівнів основної ролі з матеріального та фінансового капіталу на інтелектуальний капітал*». Слід відзначити, що певні елементи нашої **теорії потужності економічних систем** є однією із небагатьох в економічній науці напрямів на початку XXI століття, які вже почали використовуватись світовими політиками і практиками-технократами для визначення системних трансформацій в економіці. Зокрема, теорія потужності економічних систем включена до складу науково-інформаційних засад європейської програми «Горизонт 2020»[3].

Головні проблеми ІСС всіх п'яти зазначених вище рівнів – це труднощі досягнення соціальної спрямованості, збалансованості взаємодії систем і узгодження інтересів держави і приватного бізнесу в отриманні кожним заслуженою частини додаткового продукту у володіння, розпорядження і використання в процесі спільної реалізації програм розвитку кожного, описаного вище, суб'єкта.

Для інноваційних систем повинно виконуватися умова узгодження, а в кінцевому підсумку - єдності цілей, принципів і завдань інноваційної діяльності, без якого не можливо досягти гармонізації взаємодії систем та їх ефективної роботи за рахунок прийняття спільного діапазону виміру і розмірності потужності інноваційних систем всіх описаних рівнів.

Очевидно можна припустити, що зараз головний механізм світової інноваційної діяльності – це взаємовигідні, некорупційні міжнародні та вітчизняні інвестиційні та інноваційні проекти, які, на мою думку, можуть бути побудовані на визначенні, позначенні одиниці виміру нематеріальної потужності ІСС відповідно до теоріїї Потужності Економічних Систем [3].

Потужність — це фізична величина, що показує швидкість виконання роботи і дорівнює відношенню роботи до часу, за який вона виконана.Спираючись на логіку розуміння потужності, як фізичної величини, дамо визначення потужності для економічної системи. Потужність ІСС – це цінністночасова величина, що показує швидкість створення економічної цінності і дорівнює відношенню суми створеної цінності до часу, за який вона створена.

Оскільки під час створення цінності відбувається перетворення цінності матеріальних та нематеріальних ресурсів у цінність кінечного продукту (чи послуги), то можна вважати, що потужність показує швидкість перетворення таких ресурсів в матеріальні економічні та суспільні цінності.

Запропоновані вище нові підходи, на мою думку, дозволять більш ефективно вирішувати головні проблеми створення інноваційної діяльності – долати труднощі досягнення соціальної спрямованості, збалансованості взаємодії систем і узгодження інтересів держави і приватного бізнесу в отриманні кожним заслуженою частини додаткового продукту у володіння, розпорядження і використання в процесі спільної реалізації програм розвитку кожного, описаного вище, суб'єкта та всієї України.

1. Морозов А.Ф. Объективность «редукции» человеческого сознания в материальные экономические ценности./ А.Ф.Морозов, Економіст, 2016, №1, С. 2-7. 2. Морозов А.Ф. Ціна думки – інтелектуальний капітал: Монографія.- Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005.- 352 с. 3. Морозов А.Ф. Мова йде про те, як економічну систему зробити потужною А.Ф.Морозов, Економіст, 2015, №1, С. 2-6.

Новіков О.В., Новікова А.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ЧАСТИНА ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ

Нормування праці – поняття досить старе, проте рідко вживане на підприємствах України. На жаль, цьому поняттю не надають особливої уваги і дуже часто вважають витрати на нього марними. Однак, це є суттєвим недоліком та прогалиною таких підприємств, оскільки нормування праці є широким та об'ємним поняттям, яке по суті є регулятором міри праці персоналу. Воно зазвичай полягає у розробці та встановленні спеціальних норм. Крім того, нормування праці покликане оцінити раціональність виконуваних робіт та визначити найвигіднішу послідовність їх виконання.

На сьогодні, підприємства, які мають в своїй структурі відділ, що займається нормуванням праці, зазвичай процвітають, оскільки провідні інженери-нормувальники проводять спостереження, згодом роблять висновки про доцільність виконуваних робіт або певних посад вцілому, визначають потребу чи навпаки відсутність потреби в певній категорії кадрів, встановлюють норми, яких мають притримуватися працівники інших підрозділів підприємства, а також приймають рішення про скорочення кадрів чи їх збільшення.

Подібні підрозділи допомагають підприємству раціонально розпоряджатись часовими, трудовими та матеріальними ресурсами та скеровані виключно на удосконалення системи функціонування окремих підрозділів та підприємства вцілому.

Фактично нормування праці визначає нормативний рівень інтенсивності праці на підприємстві при заданій технології та організації робіт. А при заданій інтенсивності праці задаються і нормативний рівень продуктивності праці для окремого робочого місця, величина трудомісткості одиниці індивідуальних чи колективних робіт.

Для повної характеристики фактичної витрати робочого часу проводять фотографію робочого дня, під якою розуміється фіксація дій робітника з метою врахування витрат робочого часу на однакові види робіт у різних груп робітників та виявлення причин, які зумовили нерівність витрат робочого часу на однотипну роботу.

За фотографією робочого дня розробляється його фактичний баланс, де витрати часу групуються за основними видами робіт з виділенням часу, непродуктивно витраченого робітником. На підставі даних фотографії робочого дня розробляють заходи щодо зменшення непродуктивних витрат на виробництві. Аналіз норми часу на операцію проводять за допомогою хронометражу.

Таким чином бачимо, що фотографія робочого часу – це спостереження та заміри абсолютно усіх витрат робочого часу протягом регламентованого періоду, наприклад зміни або робочого дня. А хронометраж в свою чергу залежить від тривалості технологічного процесу. Застосовується він і для визначення затрат часу на одиницю продукції.

Оптимальне співвідношення між нормами праці та тарифними ставками всебічно сприяє раціональний регламентації праці працівників.

Отже, можна зробити висновок, що основною метою нормування праці є раціональний розподіл праці, наукова організація праці та виробництва, планування виробництва, оцінка трудової діяльності окремих працівників та колективів, що в свою чергу є основою морального та матеріального заохочення та розповсюдження досвіду, що безпосередньо впливає на державну безпеку вцілому. Адже лише підприємства з налагодженими процесами діяльності можуть виступати гарантами безпеки та впевненості в майбутньому країни.

1. Нормування праці.[Електронний ресурс] Режим доступу: http://nebook.net/book_ekonomka-pdprimstva_660_page_84.

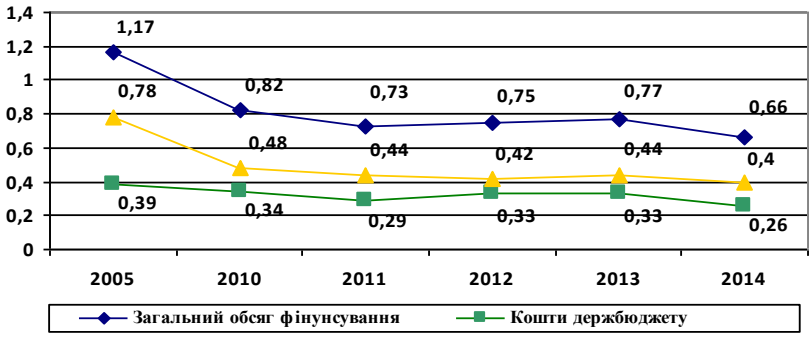
Пелехатий А.О.
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»

ВПЛИВ ДІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ УКРАЇНИ З ЄС НА РОЗВИТОК НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В КРАЇНІ

Сьогодні українська наука перебуває у стані невизначеності. З одного боку вона інтегрується у Світовий науковий простір, з іншого, в середині держави застосовуються механізми спрямовані на відтік «мізків» та розвал (реформування, укрупнення) Національної та галузевих академій наук України, які повинні бути серцем української науки.

Обсяг фінансування наукової і науково-технічної діяльності в Україні за останні десять років різко скоротився (рис. 1.), про що свідчить наукоємність ВВП (видатки на науку за всіма джерелами у відсотках до ВВП), яка з 2005 р. до 2014 р. скоротилась на 0,51 % ВВП і у 2014 р. становила 0,66%, що є значно нижче частки обсягу витрат на наукові дослідження та розробки країн ЄС (2,01%). Більшою за середню частка витрат на дослідження та розробки була у Фінляндії – 3,31%, Швеції – 3,3%, Данії – 3,06%, Німеччині – 2,85%, Австрії – 2,81%, Словенії – 2,59%, Франції – 2,23%, Бельгії – 16 2,28%; меншою – у Чорногорії, Румунії, Кіпрі, Латвії та Болгарії (від 0,38% до 0,65%).

Рис. 1. Динаміка наукоємності ВВП



Зміни у науковій сфері та спрямованість її на розвиток бізнесу розпочались після підписанням Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС (27 червня 2014 р.) та її ратифікації у тому ж році Верховною Радою України та Європейським парламентом (16 вересня), основною метою реформування пострадянської науки в Україні та, відповідно, Угоди у науковій сфері є комерціалізація знань і створення загальноєвропейського ринку ідей. Для України це нове бачення, адже відбувається зміна пріоритетів із «наука для науки» до «наука для бізнесу».

Ключовими напрямками співробітництва між науковими установами та, зокрема, науковцями із бізнес середовищем є:

- зміни в науковому менеджменті та реорганізація наукових установ в Україні таким чином, щоб їхні розробки сприяли розвитку конкурентоспроможної економіки і суспільства;
- поступове наближення Україною своєї політики і права у сфері науки і технологій до стандартів ЄС, що сприятиме комерціалізації науки та співпраці її із підприємствами;
- підвищення якості продукції за рахунок впровадження новітніх технологій у виробництво;

Нові можливості, які відкрилися у зв’язку з підписанням даної Угоди, не примусили себе довго чекати, і уже у 2015 році Україна підписує угоду з Європейським Союзом про участь в рамковій програмі ЄС з наукових досліджень та інновацій «Горизонт 2020» та набуває статус асоційованого члена.

Основною метою впровадження цих програм є досягнення таких цілей:

- захоплення передових позицій ЄС у науковій галузі в світі шляхом фінансування, розвитку та підтримки досліджень, які можуть відіграти важливу роль у науково-технічному та соціально-економічному прогресі;

- підтримка та впровадження інновацій у промислове виробництво, покращення умов розвитку малого та середнього бізнесу;

- розвиток в напрямку подолання проблем, пов'язаних з розвитком суспільства, зокрема: проблеми зміни клімату, доступності для соціуму так званої «зеленої» енергії, вирішення проблеми безпеки продуктів харчування та їх достатності, розвиток транспортного сполучення і мобільності населення, що сприятиме розвитку нових форм бізнесу у країні.

Обґрунтування важливості даних проблем та спрямування ресурсів на їх вирішення передбачає і проведення досліджень в даних сферах, і виведення на ринок одержаного продукту, тобто підтримку всіх етапів інноваційного розвитку. Особлива роль приділяється проектам, метою реалізації яких є формування тісних взаємозв'язків між бізнесовим середовищем та науково-дослідними установами. При залученні бізнес-кіл першочерговим завданням буде участь у наукових консорціумах представників малого та середнього бізнесу, що логічно означає планування та реалізацію короткострокових проектів, а не масштабних досліджень, як це було досі.

Виведення українських розробок на міжнародний ринок та створення загальноєвропейського ринку ідей – це одна з основних цілей Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС в науковій сфері. Вибір напрямку тісної взаємодії та співпраці з європейськими вченими передбачає, як уже зазначалося, реформування та певне «пристосування» вітчизняної наукової системи до європейської. А це – поєднання науки та освіти на зразок країн ЄС. Де, поруч з освітньою діяльністю ключовою повинна стати наукова робота, а також технологічні, фінансові та комерційні складові розвитку закладів, за секторами науки найбільші обсяги фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт припадали на організації галузевого і академічного секторів науки (54,3 і 31,8% відповідно), найменші – організації сектору вищої освіти (5,8%) та заводського сектору (8,1%) (рис. 2.). Наукові розробки повинні стати товаром. Тому ефективною є можливість створення при вишах господарських товариств, які б мали змогу реалізувати на ринку товари-винаходи. Такий досвід широко поширений в західних країнах.

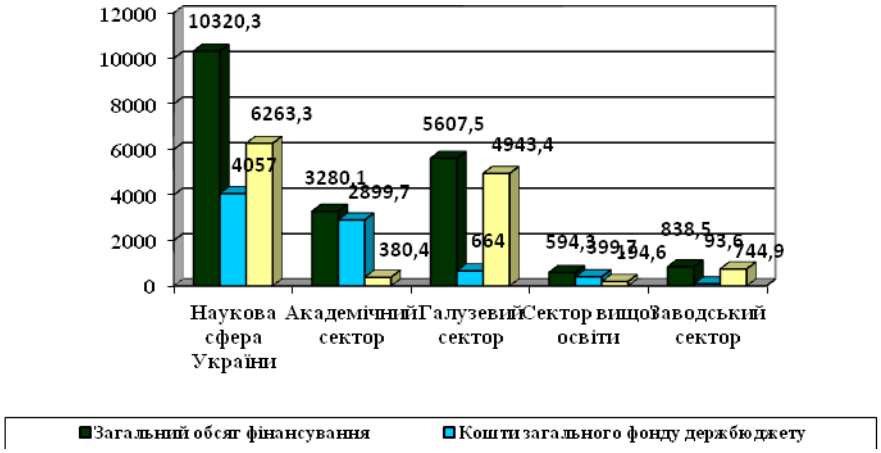


Рис. 2. Фінансування наукової і науково-технічної діяльності у 2014 р. за секторами науки, млн. грн.

Також, не потрібно забувати про можливість формування та розвитку так званих науково-технологічних парків – центрів, де тісно поєднані фірми високотехнологічних галузей та державні дослідницькі та наукові установи та сконцентровані ресурси для досягнення швидких та високих результатів. Такий напрямок розвитку української науково-освітньої системи може забезпечити новий рівень якості освіти та цілком новий етап розвитку науки, орієнтованої на запити ринку. Навіть більше, для успішного розвитку вітчизняна науково-освітня система, сформована поєднанням інтересів науковців та бізнесу, орієнтованого на інновації, повинна ставити своєю основною метою забезпечення потреб споживачів - не лише тих, яких уже можна визначити відповідно до розвитку ринку, а й тих, що з'являться в майбутньому. Ця система має випереджати час.

Петрович Й.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЇХ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Сутність розуміння модернізації промислового підприємства передбачає зміну, удосконалення його діяльності відповідно до сучасних вимог ринкового господарювання в умовах науково-технічного прогресу. Отже, мова йде про те, що належне змістовне розуміння сутності модернізації дає змогу визначити і висвітлити практичну сторону проблеми як важливого організаційно-технічного процесу, основою якого є комплекс системних заходів, спрямованих, насамперед, на техніко-технологічне переоснащення виробництва підприємств та їх підготовку до розгортання випуску продукції високої якості для задоволення проблем внутрішнього ринку і в такий спосіб вирішення проблем її імпортозаміщення. Отже, формується чітка мета розвитку промислових підприємств шляхом їх модернізації, тобто вони повинні бути підготовлені до нової діяльності результатом якої має стати випуск продукції для задоволення потреб суспільства.

Однак зазначимо, щоб домогтися підприємствами поставлених цілей у своєму розвитку шляхом модернізації, їх менеджменту необхідно вирішити низку важливих організаційно-технічних завдань, серед них центральне місце належить питанням, які стосуються ресурсного забезпечення розвитку підприємств шляхом їх модернізації. Так, лише на технічне переоснащення виробництва за даними експертів потрібно майже 200 млд.грн., яких на даний момент часу не може виділити держава. Це обумовлює необхідність пошуку зовнішніх і внутрішніх інвесторів, для яких повинні бути створені належні сприятливі умови, які гарантуються їм вітчизняним законодавством.

Обмеженість коштів ставить завдання перед менеджментом усіх рівнів визначення пріоритетів проведення модернізації в окремих секторах економіки і їх підприємств. Мова повинна йти про те, що модернізації насамперед, підлягають підприємства тих секторів, продукція яких має важливе значення у вирішенні важливих економічних і соціальних завдань.

Визначення пріоритетних підприємств для проведення їх модернізації обумовлює необхідність ґрунтовної діагностики стану їх техніко-технологічного рівня, особливо провідних ланок підприємств, які є визначальними у організуванні випуску продукції. Саме на ці ланки повинна бути звернута увага менеджменту, який покликаний забезпечити їх високий техніко-технологічний рівень та ефективне функціонування.

Враховуючи інтереси національного господарства та його розвиток в умовах науково-технічного прогресу, прискорену модернізацію необхідно здійснювати в галузі вітчизняного машинобудування, оскільки продукція цієї галузі повинна бути спрямована на технічне переоснащення підприємств інших секторів з тим, щоб у них забезпечити застосування новітніх технологій, піднести на належний рівень їх технічне оснащення і в такий спосіб підготовити їх до виготовлення конкурентоспроможної продукції. Особлива увага повинна бути звернута на переоснащення підприємств харчової і легкої промисловості, які спроможні поставляти свою продукцію на експорт.

У системі заходів, пов’язаних з розвитком промислових підприємств шляхом їх модернізації, чільне місце повинно бути відведено забезпеченню їх фахівцями високого рівня кваліфікації, які здатні освоювати новітні технології і запроваджувати гнучкі методи управління їх діяльністю. Тут доречно зазначити, що кількість таких фахівців не зростає, а зменшується. Це обумовлено низкою причин, серед яких насамперед, слід назвати відсутність програмної орієнтації розвитку економіки України в цілому та її окремих секторів. Відсутні також такі програми і на регіональному рівні. Недостатня увага звертається на ці проблеми у формуванні відповідних навчальних програм, які орієнтують існуючі навчальна заклади на підготовку фахівців, які потрібні підприємствам, що розвиваються шляхом модернізації. В цьому контексті значного поліпшення вимагає організування спільної діяльності навчальних закладів і менеджменту діючих підприємств.

Менеджмент підприємств, які підлягають модернізації, повинен мати чіткі плани їх кадрового забезпечення.

Прийма Л.Р., Самборський В.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Аналізуючи зміни, які відбувались як в національній, так і світовій економіці останніми роками, можна стверджувати, що дедалі частіше національна та світова економіка стикається з суттєвими труднощами, які свідчать про необхідність зосередити увагу суспільства, малого та середнього бізнесу і держави в цілому на проблемі інноваційного розвитку. Це яскраво проявляється в умовах обмеженості фінансових ресурсів та боротьби за ринки збуту. За такої ситуації можливості щодо зменшення витрат та швидкого відновлення економічних показників матимуть ті країни, які в основу економічного розвитку впровадили інноваційні технології [3].

Інноваційний напрям економічного розвитку дедалі частіше стає основою, за якою можна охарактеризувати економічний стан країни та її перспективи на міжнародному ринку. Доказом цього явища служить те, що саме в країнах, яких відносять до числа інноваційних лідерів, спостерігається найбільша концентрація високорентабельних видів бізнесу [4] .

Не дивлячись на прагнення України підвищити свій економічний розвиток, в нас ще до цих пір не створено обґрунтованої системи підтримки інноваційної діяльності, що служить основною причиною зниження показників економічного розвитку. Саме тому щоб прискорити темпи зростання економічного розвитку України, потрібно сконцентрувати та направити усі сили та можливості на активізацію інноваційних процесів як в державі, так і на підприємствах зокрема.

В цілому впровадження інновацій на підприємстві залежить від зовнішніх (висококваліфікованих трудових ресурсів, сприятливих економічних та організаційних умов для впровадження інновацій) та внутрішніх (пов`язаних з соціально-економічними та політичними факторами; розвиненістю ринкових відносин; станом фінансово-економічної системи; розвиненістю відповідної інфраструктури місця розташування підприємства; характеристиками своєї галузі) чинників [1].

Невід'ємною і рушійною складовою інноваційної діяльності кожного підприємства є активізація його інвестиційної діяльності, для якої на загальнодержавному рівні мають забезпечуватись відповідні економічні умови за допомогою використання фінансово-економічних методів стимулювання інвестицій, властивих для ринкової економіки, а саме: рефінансування; стабілізація валютного курсу; регулювання ставок оподаткування; встановлення норм обов'язкових резервів в НБУ; скорочення/збільшення митних платежів тощо.

Отже, потрібно утвердити інноваційні моделі розвитку національної економіки України та стати рівноправним суб'єктом в глобальних інтеграційних процесах, забезпечити високі темпи економічного зростання і побудувати чітке економічне підґрунтя для введення високих соціальних стандартів, що знаходяться на одному рівні з високо розвинутими країнами світу, для того щоб вона могла забезпечити конкурентоспроможність економіки на рівні розвинених країн.

1. Андреева Т. П. Україна: економічний і інвестиційний потенціал / Т. П. Андреева. – Л.: Львівська комерційна академія, 2002. – 162 с. 2. Бодров В. Г. Державне регулювання економіки та економічна політика : навч. посіб. / В. Г. Бодров, О. М. Сафронова, Н. І. Балдич. – К. : Академвидав, 2010. – 520 с. 3. Федоренко В. Г. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності : навч. посіб. / за наук. ред. В. Г. Федоренко. – К. : Алерта, 2004. – 431 с. – Бібліогр. : С. 422-431. 4. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави : нац. доп. / О. І. Амоша [та ін.] ; заг. ред. В. М. Гейць [та ін.] ; НАН України. Секція суспільних і гуманітарних наук. – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.

Прокопенко І.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сучасний стан економіки України є важким з огляду на військово-політичні проблеми та небажання політичних еліт займатися стратегічним розвитком держави. Ресурсна база вичерпується, а рівень технології у машинобудуванні значно відстає від підприємств провідних країн світу. За таких умов інноваційний потенціал економіки України важко реалізувати, оскільки бізнес самостійно змушений вишукувати внутрішні резерви для підвищення продуктивності праці та зростання рівня ефективності виробництва. Основою інноваційного розвитку машинобудівних підприємств може стати їх інтелектуальний капітал.

Поняття інтелектуального капіталу (ІК) розвивалося і ускладнювалося протягом останніх 50 років. Різке зростання інтересу до ІК на початку 1990-х рр., коли шведська компанія Scandia у своєму річному звіті оприлюднила дані щодо належного їй ІК, вилилося у створення окремих наукових видань Journal of Knowledge Management (1997), Journal of Intellectual Capital (2000), в яких публікувалися такі визначні дослідники ІК, як Енні Брукінг (Annie Brooking), Лейф Едвінсон (Leif Edvinsson), Майкл Мелоун (Michael S. Malone), Патрік Салліван (Patrick H. Sullivan Sr), Карл Свейбі (Karl-Erik Sveiby), Томас Стюарт (Thomas A. Stewart). Т. Стюарт трактував ІК як нове джерело багатства організацій та «інтелектуальний матеріал, який включає в себе знання, досвід, інформацію та інтелектуальну власність і приймає участь у створенні цінностей» [1, с. 12].

Інтелектуальний капітал (ІК), як один з факторів виробництва, об’єднує інтелектуальні активи і трудові ресурси в межах певного машинобудівного підприємства. Таке підприємство повинно бути наукоємним, однак аналіз праць відомих економістів доводить, що такий акцент з’явився лише у 1990-х рр., а до того промисловість як основний сектор економіки автоматично розглядалася як наукоємна галузь. У третій четверті XX ст. стало остаточно зрозуміло, що торгівля послугами як в національному, так і в міжнародному масштабі значно перевищує за своїм приростом торгівлю товаром, а рівень наукоємності непромислових галузей постійно зростає.

Усі без винятку концепції економічного зростання базуються на тому, що кількість інтелектуальних ресурсів та рівень їх ефективності напряму впливають на темпи приросту ВВП та рівень національного багатства у довгостроковій перспективі. У моделі економічного зростання Р. Солоу до класичної виробничої функції введено технологічну константу [2, с.66-67], якою він послуговується для аргументації дотримання нейтрального технічного прогресу, тобто такого, який однаковою мірою збільшує продуктивність і праці, і капіталу [2, с.85-86]. М. Калецкі виводить залежність розвитку економіки у довгостроковій перспективі від швидкості технічного прогресу і порівнює нові технічні рішення з періодичними кризами, які стимулюють виробників. Відповідно до уявлень економіста тривалість економічних спадів у межах макроекономічних циклів буде скорочуватися, а тривалість економічних піднесень, навпаки, збільшуватися в міру прискорення науково-технічного прогресу [3, с.268].

Згідно теорії зростання П.М. Ромера науково-технічний прогрес є основним внутрішнім фактором економічного зростання. Модель ендогенного НТП, розроблена П.М. Ромером наприкінці 1980-х рр., припускає, що технологічні зміни є результатом цілеспрямованої діяльності людей, а подальше використання створених ними технологій вже не потребує концентрації інтелектуальних зусиль. На думку дослідника в економіці слід виділяти дослідницький сектор, сектор виробництва засобів виробництва та сектор виробництва кінцевої продукції, а збільшення капіталовкладень у дослідження та людський капітал дозволить досягти значно більшого приросту ВВП, ніж при концентрації інвестицій у промислові сектори [4, с.80-86].

Модель Х. Узави базується на комбінації факторів матеріального виробництва та системи освіти як базису економічного зростання. Х. Узава ініціював галузі математичної економіки, сформулював теорію зростання неокласичної економіки, частковим випадком якої є розрахунок ймовірності порівняного приросту ВВП з капіталовкладеннями у систему освіти та науково-дослідні

роботи. Подібні економетричні дослідження Р.Д. Барро доводять стійку залежність зміни ВВП від інтелектуального рівня нації, який розраховується виходячи з частки тих, хто навчається, у загальній структурі працездатного населення. К.Д. Ерроу досліджував теорію ендогенного зростання, щоб пояснити джерело технічних змін, які є ключовим фактором економічного зростання. До нього вважали, що технічні зміни відбуваються екзогенно, тобто за межами економічної діяльності, а отже й загальних економічних моделей [5].

Окрема група теорій економічного зростання 1960-х рр. базувалась на явному виділенні «людського інтелектуального фактору», а теоретики людського капіталу (Г.С. Беккер, Т.У. Шульц, Я. Мінцер) досліджують роль знань та умінь працівників у процесі виробництва та збільшення продуктивності їх праці. До поняття «людський капітал» відносять сукупність всіх людських здібностей, які дають можливість отримувати дохід, а оскільки мова йде про категорію «капітал», то неминуче виникає питання розрахунку його ефективності та доцільності інвестицій у його розвиток. Зокрема Г.С. Беккер трактує людський капітал як наявний в особи запас знань, навичок і мотивацій, а інвестиціями в нього можуть бути освіта, отримання професійного досвіду, підтримання здоров'я, накопичення інформації тощо. Заслугою автора є те, що він першим коректно розрахував економічну ефективність освіти.

Принципове значення людського капіталу для розвитку бізнесу та економіки в цілому обґрунтовував у своїх працях Т.У. Шульц, який займався теорією розвитку економіки з акцентуванням на сільськогосподарському секторі. У повоєнні роки економіки Німеччини та Японії відновилися набагато швидше, ніж економіки Великобританії, Франції чи Італії, що Т.У. Шульц пояснював кращою структурою людського капіталу цих країн (частка освічених, здорових і вмотивованих людей) і наявністю цілеспрямованої «ідеї нації».

Засновник сучасної економіки праці Дж. Мінцер визначив параметри розвитку і аналізу людського капіталу і довів, що річний дохід людини зростає на 5-10% від кожного року її навчання. Знамените логарифмічне «рівняння Мінцера» на емпіричних даних економік промислових країн доводить існування тісного зв'язку між отриманим доходом, рівнем освіти та професійним досвідом. Вимірювання цих величин саме по собі було проблемою і науковцю довелося сформувати власний підхід до оцінювання параметрів людського капіталу на рівні держави, галузі і окремого суб'єкта господарювання.

Особливістю ІК є те, що він не є гомогенним за своєю сутністю, бо складається з принципово різних елементів (людський, структурний і споживчий капітал). Це створює проблему управління ІК, розв'язання якої дозволить машинобудівним підприємствам використати наявний інноваційний потенціал розвитку і за рахунок нарощування виробництва інноваційної продукції вийти на якісно новий рівень виробництва, вийти на іноземні ринки збуту і приймати участь у великих технологічно і науково ємних проектах.

1. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций [пер. с англ. В.А. Ноздриной] / Т.А. Стюарт. – М. : Поколение, 2007. – 368 с. 2. Solow R.M. A contribution to the Theory of Economic Growth / Robert M. Solow // Quarterly Journal of Economics, Vol. 70, No. 1. (Feb., 1956), pp. 65-94. 3. Kalecki M. Trend and Business Cycle / Michal Kalecki // Economic Journal, vol. 78, pp. 263-276. 4. Romer P.M. Endogenous Technological Change / Paul M. Romer // Journal of Political Economy, 1990, vol. 98, no. 5, pt. 2. pp. S71-S100. 5. Arrow K.J. Collected papers of Kenneth J. Arrow. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Belknap Press Vol. 5, 1985. – 489 p.

Piasecka A.
Maria Curie-Sklodowska University, Faculty of Economics,
Department of Quality Management and Knowledge

ORGANISATIONAL INNOVATION IN MANAGING A MODERN HIGHER EDUCATION INSTITUTION

For centuries, higher education institutions have functioned in an undisturbed environment. Since the end of the 20th and beginning of the 21st century, their operation, including the related decision-making processes, have become increasingly complex[1]. This was the result of the development of knowledge economy and the growing turbulence and uncertainty in the environment of modern organizations.

Changes in the environment, challenging higher education institutions in terms of the applied management concepts and systems should also include dissemination resulting from massification of higher education and internationalization of the activity of higher education institutions referred to as the process of inclusion of the international, cross-cultural aspect to the mission and tasks carried out by the higher education system[2].

A consequence of the said changes and the changing relationships between an academic institution, and the economy and society, is the emergence of today's concepts of higher education institutions. Among concepts referred to most often, there is the concept of entrepreneurial university or social responsibility of higher education institution.

According to UNESCO, the fundamental aims and values pursued by a modern higher education institution include[3]:

−educating highly qualified graduates and responsible citizens, able to meet the needs of all sectors of human activity by offering relevant qualifications,

−providing opportunities for flexible higher learning and for learning throughout life, which gives an opportunity for individual development and educates for active participation in society,

−advancing, creating and disseminating knowledge through research, as well as producing knowledge meeting the social needs,

−helping understand, interpret, preserve and disseminate national, regional and international cultures,

−helping develop and enhance societal values by training young people in the values which form the basis of democratic citizenship,

−contributing to the development and improvement of education at all levels.

Also in the communication of the European Commission entitled *The role of universities in the Europe of knowledge*, six basic challenges to be faced by higher education institutions are presented. They include:

−increased demand for higher education,

−the internationalisation of education and research,

−development of effective and close cooperation between universities and industry,

−the proliferation of places where knowledge is produced, resulting from the growing tendency of the business sector subcontracting research to universities,

−diversification and specialisation of knowledge created in higher education institutions,

−the emergence of new expectations regarding needs in education and training which stem from building the knowledge-based society[4].

---

[1] K. Leja, *Zarządzanie uczelnią. Koncepcje i współczesne wyzwania*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2013, s. 21.

[2] R.Z. Morawski, *Uwarunkowania międzynarodowe i internacjonalizacja szkolnictwa wyższego*, [w:] *Polskie szkolnictwo wyższe. Stan, uwarunkowania i perspektywy*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009, s. 165.

[3] Światowa deklaracja UNESCO *Szkolnictwo wyższe w XXI wieku: od wizji do działania* [World Declaration on Higher Education for the Twenty-First Century: Vision and Action], „Nauka i Szkolnictwo Wyższe" 1999, nr 14, s. 8.

[4] Communication from the Commission of 5 February 2003 - *The role of universities in the Europe of knowledge,*

To generalize on the above-mentioned demands from higher education institutions, it may be concluded that they primarily include: relevance of produced and provided knowledge, efficiency and ensuring quality and efficacy of education[5].

Implementation of these objectives, as well as acting in line with the concept of entrepreneurial university makes the university managers introduce organizational innovation in the previously applied management concepts and methods.

A review of the literature presenting theoretical and empirical findings allows to point to a number of changes/trends in the field of management in higher education institutions. These should include:

- focus on the quality management concepts,
- introduction of tools used in strategic planning,
- using intellectual capital measurement methods,
- commercialisation of academic research results,
- building relationships with the environment as part of social responsibility,
- increasing independence of organizational units at universities.

The paper shall discuss in greater detail the selected proposals for the use of quality management, strategic management and intellectual capital management concepts in the higher education system.

http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV%3Ac11067 (28.04.2016)

[5] M. Kaneko, *Beyond the Politics of Competence. Balancing the Social Claim and Core of Higher Education*, OECD/IMHE General Conference on Quality, Relevance and Impact of Higher Education, 8-10 September 2008, http://www.oecd.org/site/eduimhe08/41217871.pdf (20.04.2016)

Руденко М.В.
Черкаський навчально-науковий інститут ДВНЗ “Університет банківської справи”

ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасні умови функціонування вимагають від підприємств постійної адаптації до глобалізованого ринку, на якому змінюються технології, швидко застарівають продукти та посилюється конкурентна боротьба. Потреби споживачів та клієнтів спонукають виробників постійно створювати нові продукти або удосконалювати існуючі задля зміцнення конкурентних позицій та отримання сталого прибутку. Як правило, успіху досягають підприємства, що створюють нові знання, застосовують їх в межах організації та втілюють у нові технології та продукти. Ефективне застосування знать на всіх етапах виробництва та реалізації продукції підприємства потребує розробки раціонального інструментарію управління знаннями, тобто побудови певної системи.

У загальному розумінні, управління знаннями представляє розроблену підприємством систему менеджменту, яка включає пошук, збирання, зберігання, відтворення та застосування знань на практиці. Функціонування системи передбачає всебічну підтримку керівництвом підприємства процесів обміну знаннями з використанням інформаційних технологій. Система управління знаннями покращує розуміння: якими знаннями володіє підприємство; місць розташування знань (конкретний спеціаліст, відділ, електронні носії інформації); форм володіння знаннями (у голові співробітника, паперова чи електронна форма); механізмів передачі знань на підприємстві задля найефективнішого їх використання та унеможливлення втрати існуючих надбань; оцінки фактичної “ноу-хау” та потреб підприємства.

Розробка системи управління знаннями обумовлена необхідністю перетворення скритих знать у наявні, які в найближчому майбутньому здатні збільшувати користь у вигляді конкретного фінансового результату. Найбільший ефект вищезазначена система приносить у плануванні діяльності підприємства, обслуговуванні клієнтів, навчанні персоналу та співпраці із зацікавленими сторонами, тобто система управління знаннями є фундаментом, який здатен перетворити освіту на інвестиції, а професійний досвід на активи підприємства.

Система управління знаннями на підприємстві, на нашу думку, має включати наступні стадії: 1) визначення наявних знань на підприємстві; 2) виявлення найважливіших знань, які суттєво впливають на результати діяльності підприємства та ступень їхньої корисності; 3) класифікація відібраних знань з метою їх збереження та внесення до організаційної пам’яті; 4) вилучення з бази даних необхідних знань для вільного доступу до них користувачів всередині підприємства; 5) використання наявних знань при вирішенні нагальних проблем, прийнятті управлінських рішень, пошуку нових ідей та навчанні персоналу; 6) налагодження зворотного зв’язку між користувачами знань та системою управління.

У процесі побудови системи управління знаннями підприємство зіштовхується з низкою проблем, а саме: недостатня кваліфікація працівників, відсутність практичних навичок застосування системних знань, загроза інформаційній безпеці підприємства, оскільки конфіденційна інформація є більш доступною для працівників і т.д. Важливим фактором започаткування роботи системи управління знаннями є підтримка з боку вищого керівництва підприємства і представників топ-менеджменту, залучення у процес значної кількості співробітників, забезпечення надійного інформаційного середовища всередині організації та мотивація працівників, що задіяні в роботі системи.

Таким чином, у наш час управління знаннями є важливою складовою ефективного формування управлінського потенціалу підприємства та одним із головних інструментів у боротьбі з конкурентами. Раціонально побудована система управління дає можливість поглиблювати, захищати та застосовувати наявні знання відповідно до потреб підприємства. Функціонування вищезазначеної системи дозволяє врівноважувати та інтегрувати людські, організаційні та технологічні компоненти знань, що посилює здатність підприємства до інновацій.

Сажинець С.Й.
Національний університет «Львівська політехніка»

БЮДЖЕТУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ДОХОДАМИ ТА ВИТРАТАМИ ДІЯЛЬНІСТІ ПІДПРИЄМСТВА З КАПІТАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Діяльність підприємства з капітального інвестування здійснюється з метою забезпечення його усіх видів господарської діяльності необхідними обсягами необоротних активів (основних засобів, малоцінних та інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів, довгострокових біологічних активів тваринництва та довгострокових біологічних активів рослинництва). Зважаючи на те, що на середніх та великих підприємствах обсяги фінансування капітальних інвестицій є значними, то діяльність підприємства з капітального інвестування доцільно здійснювати на засадах внутрішньовиробничої автономності та комерціалізації.

Під автономністю діяльності з капітального інвестування треба розуміти її відокремлення від інших видів звичайної діяльності підприємства (операційної та фінансової) із можливим виділенням на самостійний баланс. Автономність, у свою чергу, вимагає комерціалізації цього виду діяльності. Тобто, взаємовідносини між підрозділами підприємства, що забезпечують діяльність з капітального інвестування та підрозділами інших видів діяльності цього ж підприємства повинні здійснюватись на засадах «купівлі-продажу» матеріальних цінностей, робіт та послуг. При цьому, «продавцем» щодо створених (побудованих, споруджених, виготовлених, придбаних, вирощених тощо) необоротних активів виступатиме служба капітального інвестування, а покупцями – відповідні виробничі та невиробничі підрозділи підприємства. Зрозуміло, що й підрозділи операційної діяльності «продаватимуть» матеріальні цінності, роботи і послуги для забезпечення потреб діяльності підприємства з капітального інвестування.

В охарактеризованій системі фінансово-економічних взаємовідносин між підрозділами різних видів діяльності, важливим чинником забезпечення ефективного функціонування діяльності підприємства з капітального інвестування належить управлінню реалізацією інвестиційних проектів на основі бюджетування. При цьому, під інвестиційним проектом, у вузькому розумінні цього поняття, необхідно мати на увазі кожен конкретний інвестиційний об’єкт, який після доведення його до стану, придатного для використання, буде зараховано на баланс підприємства до відповідної облікової групи необоротних активів. Такі інвестиційні об’єкти в системі діяльності підприємства з капітального інвестування доцільно називати локальними проектами. У складі статей таких бюджетів мають відображатись прямі та непрямі витрати на створення об’єктів, а також прибуток. Бюджетна вартість локального інвестиційного проекту, при зарахуванні створеного об’єкта необоротних активів на баланс, зазвичай, має бути його первісною вартістю.

З метою забезпечення відповідності визначення обсягів бюджетних та наступного формування фактичних витрат на створення необоротних активів, необхідно дотримуватись методики, яка наведена у ПСБО 16 «Витрати» [1]. Тобто, формування витрат необхідно здійснювати за статтями прямих та загальновиробничих витрат. Останні, для діяльності підприємства з капітального інвестування, доцільно іменувати загальноінвестиційними витратами.

В процесі бюджетування прямі витрати, за передбаченими статтями кожного локального бюджету, визначатимуть відповідно до технічної документації з використанням встановлених цін, тарифів, розцінок, ставок, нормативів, кошторисів, калькуляцій, протоколів узгодження цін, договорів підряду тощо. Інформація, наведена у локальних бюджетах підлягає узагальненню щодо усієї ідіяльності підприємства з капітального інвестування.

У складі загальноінвестиційних витрат необхідно виділяти витрати на управління підрозділами, які спеціалізуються на виконанні інвестиційних робіт (наприклад, цехи – будівельний, з виготовлення нестандартного устаткування та інвентарю, спеціального оснащення тощо), експлуатацію машин та устаткування і обслуговування діяльності цих підрозділів. Обсяги витрат доцільно визначати на рік для кожного з підрозділів і в цілому для діяльності підприємства з капітального інвестування. Склад статей загальноінвестиційних витрат необхідно затверджувати індивідуально для кожного підрозділу.

Визначені загальні річні обсяги загальноінвестиційних витрат слугуватимуть підставою для встановлення нормативів з метою їх використання для формування локальних інвестиційних бюджетів. Отже, нормативи загальноінвестиційних витрат на поточний рік для кожного із інвестиційних підрозділів можуть визначатись як процентне відношення їх планової величини до планового обсягу прямих інвестиційних витрат.

Центрами формування загальногосподарських витрат є суб'єкти (відділи, сектори, бюро, окремі посадові особи тощо), які забезпечують управління та обслуговування діяльності підприємства з капітального інвестування. Це, наприклад, витрати на утримання служби заступника керівника підприємства з капітального інвестування, відділів: капітальних інвестицій, капітального будівництва, механізації та автоматизації, комп'ютерного програмування тощо. Річні обсяги та нормативи таких витрат визначають аналогічно як і загальноінвестиційних витрат. Тільки в якості бази для встановлення нормативів та визначення індивідуальних витрат за локальними бюджетами доцільно використовувати сумарні обсяги прямих та загальноінвестиційних витрат.

Прибуток діяльності підприємства з капітального інвестування формується за кожним локальним інвестиційним бюджетом. При цьому, в якості розрахункової бази має слугувати загальний обсяг прямих та непрямих витрат. Крім цього, важливим чинником, що впливає на обсяги прибутку, є норматив рентабельності, який повинен затверджуватися підприємством. Його рівень залежить від наявності у підприємства коштів для фінансування капітальних інвестицій і необхідності в ресурсах на технічний розвиток і соціальні потреби працівників підрозділів діяльності підприємства з капітального інвестування. Рентабельність доцільно диференціювати відносно способів виконання інвестиційних робіт (підрядний або господарський) та видів необоротних активів. Очевидно, що при виконанні робіт господарським способом нормативна рентабельність має перевищувати величину такого ж показника для підрядного способу. Тому, зазвичай, нормативна рентабельність може коливатись в діапазоні від 1% до10%, а то й вище.

Кожен із локальних інвестиційних бюджетів необхідно належним чином задокументувати і затвердити. Форми локальних бюджетів доцільно диференціювати для кожної із інвестиційних груп необоротних активів.

Локальні інвестиційні бюджети, разом з іншими документами, слугуватимуть підставою для відкриття фінансування, оформлення документів щодо ресурсного забезпечення виконання інвестиційних робіт, відкриття аналітичних рахунків для ведення бухгалтерського обліку фактичних витрат та здійснення оперативного контролю їх відповідності передбаченим (бюджетним) обсягам і структурі.

Завершивши роботи по кожному із локальних інвестиційних проектів, у бухгалтерському обліку можна відображати не тільки зарахування на баланс створених необоротних активів, але й доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства з капітального інвестування. Відповідну облікову методику охарактеризовано у статті [2].

Таким чином, запровадження системи бюджетування інвестиційних проектів – це важлива передумова дієвого поєднання управлінського та фінансового видів обліку з метою формування об'єктивної інформації для управління доходами, витратами та фінансовими результатами діяльності підприємства з капітального інвестування, що, відповідно, сприятиме раціональному використанню фінансових та інвестиційних ресурсів підприємства.

1. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати": наказ Міністерства фінансів України від 31.12. 1999 р. № 318.* ***2.*** *Сажинець С.Й. Доцільність та методика обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності підприємства з капітального інвестування / С.Й. Сажинець // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» № 794 Менеджмент та підприємництво в Україні:етапи становлення і проблеми розвитку . – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 226-234.*

Хома І.Б.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В СИСТЕМІ ПЕРЕОЦІНКИ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Сучасна фінансова нестабільність у державі передусім позначається на результатах діяльності підприємств. Це призводить до того, що більшість з них невиправдано пришвидшеними темпами наближаються до нестійкого фінансового стану, а пізніше і до повного банкрутства, що потребує запровадження обов‘язкової переоцінки стратегії фінансового управління, до якої мають бути застосовані кожного разу більш ефективніші підходи, які були б гнучкими і дієвими навіть до незначних небажаних коливань з боку зміни величини власного і позиченого капіталу, дебіторської і кредиторської заборгованостей, або структури фінансових ресурсів тощо.

Основною причиною занепаду таких підприємств стає те, що вони не тільки не можуть обрати правильних рішень виходу з кризової ситуації, але стикаючись з ідентифікованою точкою біфуркації у своїй підприємницькій діяльності, не приділяють увагу трансформації стратегії фінансового управління, яка принципово необхідна в умовах невизначеності. Як відомо, точка біфуркації – це критичний стан будь-якої системи, при якому відповідна система стає нестійкою по відношенню до всіх виникаючих періодичних змін. До того ж у цій точці виникає невизначеність щодо подальшого розвитку всієї системи, зокрема і окремого промислового підприємства, де сам стан системи характеризується хаотичністю та абсолютною непрогнозованістю [1].

Періодичні економічні коливання у сфері підприємницької діяльності окремих суб‘єктів господарювання будуть спостерігатись завжди, проте залежатимуть не тільки від значної кількості чинників як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, та їх хаотичного коливання, які можуть коригувати перебіг економічного циклу підприємства, а й від такого суб‘єктивного чинника як некоректно прийнятих фінансових рішень, або просто застарілих рішень у межах раніше прийнятої стратегії фінансового управління, яка себе вже віджила і потребує суттєвих коригувань.

Система переоцінки стратегії фінансового управління насамперед має включати: цілеспрямований відбір єдиного правильного вектору прийняття ефективних фінансових рішень, зокрема в розрізі інноваційно-інвестиційних рішень та залучення банківських кредитів; пошук нових оптимальних фінансових відносин; перегляд співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей; переоцінку фінансового забезпечення; удосконалення методики визначення координат точки біфуркації при погіршенні фінансово-економічного стану підприємства для більш ранньої її ідентифікації та прогнозованості подолання її наслідків в умовах невизначеності. У точці біфуркації в наслідок багатовекторності можливих прийнятих рішень вони можуть бути неправильними й абсолютно невиправданими подальшим очікуваним сподіванням, а їх реалізація не дозволятиме у достатньо обмежений проміжок часу дійти єдиного оптимального фінансового результату. Тому оновлена стратегія фінансового управління має вирішити проблему попередження прийняття хоча би неефективних фінансових рішень в умовах невизначеності.

Під стратегією фінансового управління підприємства часто розуміють стратегію фінансово-інвестиційного управління. Фінансово-інвестиційна стратегія – це сукупність рішень, що включають вибір джерел залучення коштів і в процесі свого управління встановлюють пріоритетність їх цільового використання [2, с. 240]. При формуванні оновленої фінансової стратегії мають бути переглянуті всі можливі джерела фінансування і надана перевага лише окремим з них, які є оптимальними у певний період часу перебігу відповідної стадії життєвого циклу підприємства, в якій виникла невизначеність щодо подальшої діяльності.

З іншого боку точка біфуркації демонструє можливі якісні перебудови як самої системи в цілому, так і різноманітних об‘єктів системи, через параметри, від яких вона залежать. Ця точка дає поштовх до змін встановленого режиму роботи всієї системи, зокрема і фінансового управління.

Слід вважати, що система переоцінки стратегії фінансового управління насамперед має базуватись на трансформації структури фінансових ресурсів та їх впливі на стабілізацію фінансово-

економічного стану підприємства. Цього можна досягти через низку фінансово-економічних показників-індикаторів в аспекті захисту від різноманітних несприятливих економічних факторів.

При необхідності посилення захисних функцій виробничо-господарської структури, усупереч зафіксованих процесів відпливу з неї фінансових коштів, перевага має надаватись дотриманню лише оптимальної дебіторської політики за переглянутими критеріями оптимальності, а якщо на підприємстві переважає використання зовнішніх запозичень, то їх необхідно перенести на фінансування довгострокових інвестиційних програм, рівень прибутковості яких дав би змогу виконувати зовнішні зобов'язання за принципами самоокупності [3], це забезпечить додатковий захист, повну і вчасну виплату боргів з меншим ризиком. Встановлено, що за слабкого фінансового стану при неоптимальній структурі фінансових ресурсів, при неефективних фінансових відносинах завжди спостерігається зниження ліквідності, де основним індикатором цього стає підвищення кредиторської і, у деяких випадках, поточної дебіторської заборгованостей відносно попереднього періоду паралельно зі зменшенням величини власного капіталу.

Останнім часом незбалансованість між кредиторською та дебіторською заборгованостями, непрогнозованість фінансових ризиків та спадна тенденція основних результативних показників щодо оборотності обігових коштів чітко простежується за даними структури балансу більшості господарюючих суб'єктів у сфері промисловості за розділами: оборотні активи, довгострокові і поточні зобов'язання [4]. Основною причиною неплатежів фінансово нестійких підприємств є вибраний ними нераціональний шлях управління своєю фінансово-інвестиційною діяльністю, що зумовлено у більшості випадках неефективним використанням позичених коштів і пов'язаним з цим непередбаченим зростанням фінансового й інвестиційного ризику. Тривала неплатоспроможність таких підприємств спочатку обмежує, а потім і зовсім блокує їх діяльність при неправильно прийнятих у подальшому фінансових рішень.

Нерівномірність фінансового забезпечення деяких підприємств за рахунок власних ресурсів може бути пов'язана одночасно як з внутрішніми, так і з зовнішніми факторами. Внутрішні фактори, які безпосередньо впливають на погіршення їх фінансового стану, пов'язані із незбалансованістю між рівнем організації виробництва, високою собівартістю продукції та її якістю. Зовнішніми факторами є система оподаткування, ліцензування, насиченість ринку товарами певної групи, стан платоспроможності покупців. Слід зазначити, що при зростанні внутрішнього дисбалансу підприємницька система завжди буде наближатись до точки біфуркації, а її напрямок розвитку буде розгалужуватись, і вибір того чи іншого прийнятого рішення в цій точці буде залежати від чинника випадковості. Найскладнішим у практичній діяльності перебігу підприємницької діяльності є визначення координат точки біфуркації, при розрахунку яких більшість науковців враховують лише вплив макроекономічних чинників на визначення моменту настання цього стану невизначеності [1], хоча це не завжди так і потребує суттєвого уточнення.

Тому застосування інноваційних підходів у системі переоцінки стратегії фінансового управління є актуальним, що дозволить оптимально переглянути насамперед величину банківських кредитів і позик, власних коштів у підприємницькій діяльності, і позитивно позначиться на фінансово-економічному стані підприємства.

1. Кадирова О.С. Применение теории катастроф при анализе экономического роста в автомобильной промышленности / О.С. Кадирова / Материалы 65-ой Международной научно-технической конференции Ассоциации автомобильных инженеров (ААИ) «Приоритеты развития отечественного автотрактостроения и подготовки инженеров и научных кадров «Международного научного симпозиума «Автостроения-2009». – Книга 11, Москва, МГТУ «МАМИ». – 2009. – С. 162-167. 2. Мізюк Б.М. Стратегічне управління підприємством / Б.М. Мізюк. – Львів. – «Коопосвіта». – ЛКА, 1999. – 388 с. 3. Сухоруков А.І. Фінансова безпека держави / А.І. Сухоруков, О.Д. Ладюк. – К.: Центр учб. літер., 2007. – 192 с. 4. Хома І.Б. Системний аналіз факторів та індикаторних показників стану економічної захищеності промислового підприємства / І.Б. Хома // Збірник наукових праць «Економічний аналіз». – Тернопіль. – ТНЕУ: Економічна думка, 2012. – Вип. 10. – Частина 3. – 412 с. – С. 406–411.

Цогла О.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНВЕСТИЦІЇ В ТЕХНІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА – ЗАПОРУКА БЕЗПЕЧНИХ УМОВ ПРАЦІ

Безпечні умови праці не є постійним фактором, оскільки розуміння їх сутності безпосередньо залежить від панівних у суспільстві правових і соціальних доктрин, а також темпів модернізації виробництва (технологічного процесу). Рівень захищеності працівників від дії шкідливих і небезпечних факторів виробничого середовища підвищується шляхом розроблення і впровадження у виробництво новітніх безпечних технологій, нових видів засобів індивідуального та колективного захисту з використанням сучасних матеріалів, наукових досягнень у сфері охорони та гігієни праці, промислової безпеки.

Одним із провідних факторів, що впливають на поліпшення умов праці є вдосконалення технічного рівня виробництва, а саме підвищення рівня механізації і автоматизації виробничих процесів; вдосконалення технології і підвищення технологічної оснащеності виробництва; зміна технічно-конструктивних характеристик виробництва.

Так, у 2015 році робочими органами виконавчої дирекції ФССНВ зареєстровано 4592 (з них 360 - смертельно) потерпілих від нещасних випадків на виробництв. На підприємствах України травмовано 75,9% (3485) чоловіків та 24,1% (1107) жінок від загальної кількості травмованих по Україні. Найвищий рівень виробничого травматизму спостерігався серед працівників віком від 40 до 49 років (1128 осіб, що складає 24,6% від загальної кількості травмованих по Україні за 2015 рік).

Серед причин нещасних випадків переважають: організаційні – 65,0% (2987), психофізіологічні - 23,6% (1082), технічні - 11,4% (523) нещасних випадків.

Найпоширенішими технічними причинами стали:

- незадовільний технічний стан виробничих об'єктів, будинків, споруд, інженерних комунікацій, території – 3,5% від загальної кількості травмованих осіб по Україні (161 травмована особа);
- інші технічні причини – 1,8% (81 травмована особа);
- незадовільний технічний стан засобів виробництва – 1,3% (76 травмованих осіб);
- конструктивні недоліки, недосконалість, недостатня надійність засобів виробництва - 1,3% (60 травмованих осіб);
- недосконалість технологічного процесу, його невідповідність вимогам безпеки – 1,2% (54 травмовані особи). [1]

Отже, серед причин нещасних випадків на виробництві переважають технологічні, саме тому, першорядними напрямами техніко-технологічного розвитку підприємств повинні бути:

- оновлення фізично зношених та морально застарілих виробничих фондів;
-перехід на інноваційні технології виробництва продукції, впровадження прогресивних технологічних процесів;
- підвищення якості виготовлення продукції, надання послуг, виконання робіт;
- удосконалення виробничої системи управління;
- впровадження ресурсозберігаючих (передовсім енергоощадних) технологій;
- перехід до гнучкої автоматизації виробництва, автоматизація ручної праці;
- поліпшення умов праці робітників та техніки безпеки;
- адаптація технологій виробництва відповідно до вимог охорони навколишнього середовища.

Таким чином, інвестиції в техніко-технологічний розвиток виробництва є одним із шляхів вирішення проблем охорони праці на підприємствах та організаціях.що сприятиме попередженню факторів виробничого ризику, регулюванню процесів збереження життя і здоров'я працюючих громадян, профілактиці виробничого травматизму в цілому.

1.Статистичні дані ФССНВ режим доступу: http://www.social.org.ua/view/5456.

СЕКЦІЯ 5
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ НА ЕКСПОРТ

Беспалюх Х.М., Бабій Н.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У наш час технології, інформаційні зокрема, стрімко розвиваються. Ринок технологічного на програмного забезпечення безперервно зростає. Кожного дня появляються продукти, метою яких є спростити процес життєдіяльності людини. Тому, підприємства стрімко почали впровадження сучасних інформаційних технологій у свою роботу і у систему управління включно.

Сучасні інформаційні технології здатні значно полегшити процес управління організацією, зробити його набагато ефективнішим. Вони включають величезний обсяг функцій: починаючи від контролю випуску продукції, закінчуючи організуванням робочого часу усіх працівників та слугують інструментом тактичного та стратегічного планування. Також інформаційні технології дозволяють значно зменшити витрати, тому що роботу, яку виконує одна програма, у випадку її відсутності потрібно було б виконувати невеликому відділу працівників. Інформаційні технології в управлінні, з якими працюють більшість європейських та американських менеджерів – це системи управління проектами. Це комплексне серверне програмне забезпечення, за допомогою якого охоплюється весь процес існування проекту: планування, розподілення обов’язків між працівниками, контроль виконання поставлених завдань у межах проекту і перевірка досягнення поставлених цілей проекту у межах задекларованих часових діапазонів. Також, вони можуть виконувати функцію своєрідних соціальних мереж для одної компанії.[3]

Функціонал найбільш відомих та найкращих систем:[4] Ведення декількох проектів; Гнучка система доступу з використанням ролей; Система відстеження помилок; Діаграми Ганта та календар; Ведення новин проекту, документів та управління файлами; Сповіщення про зміни за допомогою RSS-потоків та електронної пошти; Власна Wiki або інші довідники для кожного проекту; Форуми для кожного проекту; Облік часових витрат; Налаштування власних (custom) полів для задач, затрат часу, проектів та користувачів; Легка інтеграція із системами керування версіями (Git, Mercurial, Bazaar и Darcs); Створення записів про помилки на основі отриманих листів; Підтримка LDAP автентифікації; Можливість самореєстрації нових користувачів; Багатомовний інтерфейс (у тому числі українська мова); Підтримка Систем Каскадних Баз Даних: MySQL, PostgreSQL, SQLite;

Зазвичай у системі є кілька головних адміністраторів (залежить від розміру організації), які займаються веденням проекту і інші користувачі, які залежно від своєї посади мають різні можливості та рівні доступу (наприклад, менеджери створюють завдання і вносять дані про відсоток його виконання, а працівники, які за ним закріплені, коментують виконані роботи, відзначають затрати часу тощо).

Також системи можна інтегрувати з іншим програмним забезпеченням, яке застосовується на підприємстві: на IT-підприємствах є можливість приєднати репозиторій (систему керування версіями), на машинобудівних – можливість відправляти в систему інформацію про стан виконання роботи, на логістичних підприємствах – отримувати інформацію з GPS про те, на якому етапі ланцюга поставок знаходить об’єкт перевезення.[1] Найбільш відомі з даних систем: Redmine, Atlassian JIRA, Trac, GitHub, Basecamp, Launchpad, TFS (Team Foundation Server).[4]

Системи управління проктами потрібно активно впроваджувати на вітчизняних підприємствах, оскільки, окрім контролю робіт та матеріальних ресурсів, вони звільняють від величезної кількості супровідної документації та інших робочих паперів (щоденників, бланків, довідників). [2]

Отже, системи управління проектами покликані покращувати роботу менеджерам усіх рівнів управління, підвищувати її якість та ефективність.

1. Інтернет ресурс https://beskydcom.atlassian.net/ режим доступу https://msdn.microsoft.com/en-us/library/ms364061.aspx. 2. Сумець О.М.: Основи операційного менеджменту. - К.:ВД "Професіонал" 2004 – 416 с. 3. Гідо Дж. Менеджмент в програмному забезпеченні. - South-Western College Pub 2009 - с. 334. 4. Інтернет ресурс https://uk.wikipedia.org/ режим доступу https://en.wikipedia.org/wiki/Distributed_version_control.

Bodnar R.
Universität Bremen, Germany

INFLUENCE OF THE INNOVATION ACTIVITY ON THE FOREIGN TRADE OF UKRAINE

An innovation activity and a foreign trade play an important role in the economics of a country. Foreign trade in goods and services has a significant impact on GDP. Ukraine has had a negative balance of its foreign trade in recent years on one hand side and the total exports and imports of goods and services have reduced on the other. This is due to global demands decreasing for raw materials, which occupies a leading place in the structure of exports from Ukraine. Therefore, Ukraine has to increase the proportion of the final product of exports of goods and services that can cause to the growth of this indicator. An application of innovative technologies will improve the competitiveness of Ukrainian goods and increase demand on them on the world market.

We will analyze the dependence of the export of goods and services on the total sum of expenses on the innovation activity of Ukraine.

We received next models the dependence of the export of goods and services on the total sum of expenses on the innovation activity of Ukraine based on the data of State Statistics Service of Ukraine of 2001-2014:

$$\tilde{Y} = 63843.089 + 48.347X \quad (R^2 = 0.654);$$
$$\tilde{Y}_g = 56202.071 + 39.761X \quad (R^2 = 0.652);$$
$$\tilde{Y}_s = 7641.019 + 8.586X \quad (R^2 = 0.642),$$

where X – the total sum of expenses on the innovation activity of Ukraine, million UAH;

$\tilde{Y}$ – a normative value of exports of goods and services from Ukraine computed by linear regression of the dependence of the export on the sum of expenses on the innovation activity of Ukraine, million UAH;

$\tilde{Y}_g$ and $\tilde{Y}_s$ – a normative values of exports of goods and services from Ukraine, respectively, computed by linear regression of the dependence of the export on sum of expenses on the innovation activity of Ukraine, million UAH.

Thus we can conclude that the exports of goods from Ukraine will increase by 39.761 million UAH in average after the sum of expenses on the innovation activity of Ukraine increase by 1 million UAH. While the exports of services from Ukraine will increase by 8.586 million UAH in average after that.

We conclude that exports of goods from Ukraine increase by 64.550 million UAH in average, while exports of services – by 13.954 million UAH after own funds for innovation will increase by 1 million UAH based on paired linear regressions of exports of goods and services in Ukraine dependence on sources of innovation activity financing. The dependence of exports of goods and services from Ukraine of funds from the state budget and from foreign customers can be estimated using multiple linear regressions.

Similarly, we can consider the dependence of exports of goods and services from Ukraine on areas of spending on innovation activity. In particular, we conclude that the exports of goods from Ukraine increased by 52.499 million UAH in average, while exports of services – by 11.205 million UAH after costs for the acquisition of machinery, equipment and software wil1 increase by 1 million UAH based on the paired linear regressions.

Finally, we make a remark that the determination coefficients for all constructed models are higher than 0.52.

Галаз Л.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Нинішню екологічну ситуацію, стан харчування і здоров'я населення України провідні вчені оцінюють як загрозливі для національної безпеки чинники. У такій ситуації підвищення якості і безпечності харчових продуктів є одним із найважливіших і пріоритетних завдань держави. Щоб встановити, забезпечувати і підтримувати необхідний рівень якості та безпеки продукції, українські підприємства дедалі частіше звертаються до досвіду закордонних країн.

Найефективнішим методом забезпечення якості та безпечності харчової продукції нині у світі визнано систему НАССР (Hazard Analysis Control Critical Points - аналіз ризиків у контрольних критичних точках). Це науково обґрунтований, раціональний і систематичний підхід до ідентифікації продукції, оцінювання та контролю ризиків, які можуть виникнути під час виробництва, перероблення, зберігання та використання харчових продуктів.

Іноді систему аналізу небезпеки за критичними точками називають технологією з безпечності продукції. Система НАССР набула великого поширення у світовій практиці завдяки тому, що вона працює з будь-якими харчовими продуктами і з будь-якою системою виробництва. Для адаптації цієї методики в Україні ДП «Укрметртестстандарт» розробив і затвердив національний стандарт ДСТУ 4161-2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги», який включив загальні принципи функціонування системи, а також вимоги Директиви ЕС 93/43 «Про гігієну харчових продуктів».

На сьогоднішній день в країнах Європейського Союзу, США, Канаді впровадження й застосування методу НАССР у харчовій промисловості, сертифікація за системою НАССР є обов'язковими.

Особливістю системи НАССР є те, що при її допомозі детально вивчається кожен крок (етап) у виробництві, зберіганні та доставці їжі, виявляються специфічні ризики і небезпеки, впроваджуються ефективні методи контролю та моніторингу. Дана система є ефективним засобом управління з метою захисту процесів від біологічних (мікробіологічних), хімічних, фізичних ризиків забруднення, інших негативних факторів.

Основна причина застосування системи НАССР - можливість управління безпечністю харчових продуктів і попередження випадків отруєння їжею. Отруєння продуктами харчування може відбутися на місцевому рівні або викликати поширення захворювання та створити проблеми. Якщо безпека харчових продуктів забезпечується не адекватно і не контролюється, існують ризики того, що деякі дії можуть виконуватися невірно. Витрати підприємств на ліквідацію наслідків невірних дій можуть бути досить істотними . Крім того, споживчий рух, ініціативи окремих юридичних і фізичних осіб можуть призвести до позовів і судових розглядів у разі виявлення ризиків для безпеки, навіть якщо ці ризики не призвели до захворювань або травм. Основними причинами інцидентів, викликаних їжею, є: погана якість сировини, невірне поводження з сировиною, зміни у формулі продукції, зміни в процесі виробництва продукції, перехресне забруднення, невідповідне прибирання та чистка, невідповідне обслуговування, додавання неправильних компонентів.

Традиційні методи контролю, що використовуються при випуску харчової продукції, не завжди можуть забезпечити оперативне реагування на події. Проведений по закінченню процесу контроль, може не забезпечувати достатньої впевненості в безпеці всієї продукції. Ретроспективне мікробіологічне дослідження також не завжди може дати таку впевненість. До проблем, що виникають при практичному здійсненні контролю, можна віднести:

- при відборі зразків результати надаються після завершеної події (наприклад, виниклого забруднення обладнання);
- у багатьох випадках існує значний часовий проміжок між відбором проб і отриманням результатів випробувань;
- руйнівний характер хімічних (мікробіологічних) випробувань або їх відносно висока вартість;

- труднощі у виявленні відхилень від нормативів і погроз (наприклад, невидимих патогенів).

Тому, доцільно використовувати превентивну систему управління і контролю для процесів, які охоплюють: вхідні матеріали, обробку, упаковку, зберігання, розподіл і реалізацію. Такою системою є система НАССР.

Ефективні законодавчі та нормативно-правові системи контролю харчових продуктів мають важливе значення для захисту здоров'я споживачів. Крім того, вони вкрай необхідні для створення умов, у яких країни можуть забезпечувати безпечність та якість харчових продуктів, що надходять у міжнародну торгівлю, і перевіряти відповідність імпортованих харчових продуктів національним вимогам. Безперечно, однією з мотивацій до запровадження систем НАССР для харчових підприємств є підвищення їх експортоспроможності.

Виробники харчових продуктів, незалежно від етапу харчового ланцюга, на якому вони працюють, несуть повну відповідальність за якість і безпечність харчових продуктів, що випускаються і постачаються ними на споживчий ринок.

Впровадивши і підтримуючи систему НАССР, підприємство володіє упевненістю в тому, що безпека дотримується. Вона має можливість уникнути застосування в процесі виробництва великого спектру потенційно небезпечних матеріалів, біологічних, хімічних та фізичних загроз здоров'ю людей, непродуктивних витрат фінансових коштів, витрат внаслідок псування, неправильного виробництва, неправильного вживання продукції покупцем.

Крім цього, до переваг використання системи НАССР можна віднести: системний підхід до безпеки харчової продукції, можливість інтеграції в систему управління якістю, допомогу в демонстрації зацікавленим сторонам належної ретельності, ефективність витрат, підвищення довіри та задоволеності замовника. Система НАССР надає виробникові упевненості в собі, захист торгової марки, можливість перевірки наявності системи НАССР аудиторами, докази яких можуть бути використані в судових процесах у разі виникнення надзвичайних обставин.

Законодавство України не вимагає сертифікації систем НАССР. Будь-яка ініціатива з боку виробника отримати сертифікацію системи НАССР на відповідність тому чи іншому національному або міжнародному стандарту є винятково приватним рішенням самого виробника. Але таке рішення може значно вплинути на якість та конкурентоспроможність продукції, наближаючи її до європейських стандартів, що дасть можливість виходу на зовнішні ринки.

Мельник О.Г., Коць І.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОЛІНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

На сучасному етапі для значної частини вітчизняних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності толінгові операції є доволі поширеною практикою їхньої співпраці із зарубіжними контрагентами. Адже, як свідчать дані офіційної статистики [1], за підсумками 2014 р. частка імпорту давальницької сировини у загальній структурі імпорту товарів в Україну становила 5,6 %. При цьому на фоні такої цифри 0,24 % експорту вітчизняної давальницької сировини за кордон від загального обсягу експорту товарів держави у 2014 р. вказує на домінування ролі переробного підприємства у толінговій взаємодії українських бізнес-структур із зарубіжними контрагентами. Така ситуація є цілком зрозумілою, адже в сучасних умовах чимало національних товаровиробників знаходиться у доволі скрутному фінансовому становищі, зокрема не володіє достатніми фінансовими ресурсами для забезпечення повноцінного функціонування виробничого циклу. Це, відповідно, зумовлює погіршення якості їхньої продукції, занепад окремих виробничих сфер, довготривалі простої виробничих потужностей або й абсолютну зупинку виробничої діяльності.

Попри доволі невтішну фінансову ситуацію, що в сучасних умовах притаманна чималій частині вітчизняних бізнес-структур, варто наголосити на вагомому інноваційному потенціалі національних товаровиробників. Мова, зокрема, йде про потужний інтелектуальний ресурс вітчизняних підприємств, прогресивну техніко-технологічну базу виробництва, спеціалізовані виробничо-майнові комплекси, тощо. Таким чином, в умовах фінансової скрути аби уникнути загрози згортання виробничих процесів та банкрутства суб'єкта господарювання керівництво змушене шукати альтернативні шляхи його функціонування та розвитку, один з яких полягає у налагодженні толінгової співпраці у ролі переробного підприємства із зарубіжним замовником.

Як відомо, в сучасних умовах європейської інтеграції саме впровадження інновацій за різними векторами функціонування бізнес-структур та першочергово у їх виробничій сфері є запорукою здобуття конкурентних переваг на зарубіжних ринках. Адже європейський ринок уже насичений високоякісними товарами провідних світових виробників, що користуються активним попитом та завоювали лояльність європейського споживача, тим самим утвердивши свої міцні позиції на ринку. Отже, своєрідним викликом європейської інтеграції та європейського ринку вітчизняному підприємництву є цільова орієнтація на інноваційний вектор розвитку, передусім у виробничій сфері, у цілях репрезентації інноваційних продуктів та завоювання ринкової частки.

Передумовою успішного інноваційного розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання є налагодження їхнього стабільного та ефективного функціонування, особливо в сучасних умовах соціально-економічної кризи в державі. Запровадження толінгових операцій дасть змогу вітчизняним переробним підприємствам значною мірою покращити стан справ у різних сферах їхньої діяльності. Варто зазначити, що толінгова взаємодія також передбачає не лише повне фінансування іноземним замовником потреб виробничої діяльності переробного підприємства, але й одержання останнім прибутку за виконані ним роботи. Це, своєю чергою, дозволяє переробному підприємству накопичувати фінансові ресурси для фінансування потреб подальшого власного інноваційного розвитку. Окрім того, слід зауважити, що продукція, яка виготовляється для іноземного замовника із його давальницької сировини, як правило, надалі підлягає поверненню та реалізації на його території. А тому толінгер зацікавлений у виробництві інноваційної конкурентоспроможної продукції, яка буде з успіхом продаватись на іноземних ринках, і таким чином максимально сприяє інноваційному розвитку переробного підприємства.

1. Статистичний збірник «Зовнішня торгівля України» [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України, 2015. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

Мустафаєва Л.А., Босак А.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДЕРЖАВНА АГРАРНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

На сьогоднішній день стан розвитку економіки залежить основною мірою від аграрного сектору та перспектив його функціонування. Під аграрним сектором розуміють сферу матеріального виробництва, яка забезпечує населення продуктами харчування, галузі промисловості сировиною, а економіку – надходженням грошових коштів від експортної діяльності. Враховуючи свідомий вибір щодо інтеграції до Європейського Союзу політика держави повинна переорієнтовуватись та адаптуватись до зовнішнього середовища. З однієї сторони вступ до Європейського Союзу принесе позитивні наслідки для економіки країни, зокрема для аграрного сектору, завдяки скасуванню митних тарифів, збільшення ринку збуту та спрощення зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією. З іншої сторони інтеграція призведе до збільшення вимог щодо якості продукції, вхід на внутрішній ринок України іноземного конкурентоспроможного товару, що може призвести до витіснення вітчизняного виробника.

Перевагами аграрного сектору на сьогоднішній день є ціна на сільськогосподарську продукцію, яка обумовлюється нижчою собівартістю її виробництва. Вона включає в себе наявність великих площ землі, дешевої робочої сили, низької земельної ренти. Варто зазначити, що Україна почала шукати нові ринки збуту своєї продукції замість експорту в Російську Федерацію, яка раніше була основним імпортером. Сьогодні ринками збуту продукції АПК є країни Азії та ЄС. Основними імпортерами зернової культури є Єгипет (16,1%), Китай (12,1%), Саудівська Аравія (8,9%), Іспанія (8,2); кукурудзи – Китай (23,3%), Єгипет (15,7), Іспанія (11,9%), Південна Корея (8,8%), Нідерланди (6,9%); пшениці – Єгипет (23,3%), Іспанія (6,2%), Бангладеш (5,4%), Пакистан (4,9); ячменю – Саудівська Аравія (63,1), Туреччина (8,9%), Іран (6,8%), Китай (6,2%); сорго – Італія (57,3%), Іспанія (11,9%), Тайвань (8,9%), Туреччина (8,4%) [1]. Дані по зовнішньоекономічній діяльності показують, що більша частка продукції експортується в країни Азії, це пов’язано з тим, що Європа не повністю відкриває свої ринки для української продукції.

Попри наявні переваги АПК спостерігаються і недоліки, переважно вони пов’язані з низькою якістю вітчизняної продукції, яка містить високу додану вартість, хоча є сертифіковані підприємства згідно міжнародних стандартів. Обраний шлях інтеграції до Європи передбачає багаторівневий та складний план. Для того, щоб зменшити можливі негативні наслідки від інтеграції потрібно правильно та послідовно проводити аграрну політику. На сьогодні існує багато невирішених проблем в реформуванні аграрних відносин. За рахунок швидкої інтеграції України до європейського простору державна аграрна політика повинна бути спрямована на досягнення відповідності продукції до міжнародних стандартів продукції, формування такої системи контролю за якістю та безпекою сільськогосподарською продукцією, яка забезпечить ріст експорту в країни Європи. Правове забезпечення та нормування основних вимог щодо виробництва аграрної продукції є не менш важливим.

Державна політика включає багато структур на різних рівнях, групи та організації, окремих громадян. Поточний стан державного регулювання містить закони, які не повною мірою забезпечують нормальне функціонування аграрного сектору, один з яких Закон України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» від18 жовтня 2005 року № 2982/IV. У статті 1 вказано, що «основними складовими державної аграрної політики є комплекс правових, організаційних і економічних заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування аграрного сектору економіки, розв’язання соціальних проблем сільського населення та забезпечення комплексного і сталого розвитку сільських територій» [2].

У статті 2 виокремлено систему таких стратегічних цілей як «гарантування продовольчої безпеки держави, перетворення аграрного сектору економіки на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому та зовнішньому ринках сектор економіки держави;

збереження селянства як носія української ідентичності, культури і духовності нації; комплексний розвиток сільських територій та розв'язання соціальних проблем на селі» [2].

Державне регулювання у агросекторі повинно здійснюватись таким чином, щоб зберегти селища та малі підприємства. Постійною та основною проблемою аграрного сектору є земельна реформа і розподіл прав власності. Прийняття закону про приватизацію не покращить ситуацію в розвитку агросектору та в країні в цілому, а тільки погіршить його стан. Це пов'язано з тим, що великі агрохолдинги, підприємства або просто олігархи зможуть викуповувати землі, приватизувавши їх, що спричинить занепад села, закриття малих підприємств та ферм. Саме тому політичне рішення щодо приватизації землі є дуже важливим і від прийняття рішення залежить подальший розвиток економіки України, так як аграрний сектор є основним джерелом розвитку економіки.

М. Портер у своїй книзі «The Competitive Advantage of Nations» велику увагу надає урядовій політиці. Він вважає, що запорукою успіху в тій чи іншій галузі є правильно розроблена урядова політика. Тому розвиток сільського господарства практично є залежним від державної аграрної політики [3, с. 677]. Сільське господарство пов'язане з багатьма підтримуючими та суміжними галузями, інноваційний розвиток яких є запорукою розвитку та експортного потенціалу агропромислового комплексу. Насамперед це машинобудування в частині виробництва сільськогосподарської техніки та створення ремонтної бази. Машинобудівні підприємства, які випускали сільськогосподарську техніку за часі СРСР у більшості своїй стали неконкурентоспроможними, в результаті чого Україна масово закуповує імпортні комбайни, сівалки та іншу техніку. Крім того, це хімічна промисловість у частині виробництва мінеральних добрив. Тут ситуація значно краща, ми маємо власні мінеральні добрива, більше того, здатні запропонувати їх і на експорт. Що стосується переробної промисловості (молококомбінати, м'ясопереробні підприємства, млини, елеватори тощо), то їх технологічний рівень, на жаль, суттєво відстає від іноземних підприємств. Суттєва проблема і з постачанням паливно-мастильних матеріалів, які становлять значну частину собівартості продукції сільського господарства і є переважно імпортними.

Для вирішення проблем щодо розширення експортної діяльності України в умовах інтеграції необхідно здійснити такі заходи: удосконалити законодавчу базу та забезпечити відповідальність за виконання завдань на усіх рівнях; здійснити маркетингове дослідження та обрати стратегію просування товару; збільшити вимоги та контроль за якістю та безпекою продуктів, що дозволить українському товару відповідати міжнародним стандартам, а отже збільшить попит на вітчизняну продукцію; законодавчо підкріпити та гарантувати права власності на землю; внести зміни щодо оренди земель, призначених для ведення сільського господарства; відрегулювати здійснення поставок за кордон; удосконалити надання державою послуг та підсилити соціальне забезпечення працівників аграрного сектора.

Аграрна політика не базується лише на політичному процесі, а в першу чергу на економічному підґрунті. Для того, щоб український аграрний сектор мав потужну базу зростання в Європі, потрібно в першу чергу здійснити ряд реформ всередині країни, які дозволять вийти на європейський ринок не тільки великим підприємствам та агрохолдингам, але й малим та середнім підприємствам. Це можливо у разі створення дієвих експортних асоціацій та підтримання їх діяльності з боку Торгово-промислової палати та відповідних урядовий структур.

1. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://minagro.gov.ua. 2. Закон України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» від 18.10.2005 № 2982-IV [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2982-15. 3. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

Nanteuil R.
University of Nantes, France

TRENDS AND PROSPECTS OF INTERNET RETAILING IN UKRAINE AND FRANCE

In recent years methods of doing business via the Internet, particularly Internet trade, have gained popularity around the world. The use of the Internet allows to launch and promote products into domestic and international markets quickly and with little cost. Trade over the Internet can significantly reduce the cost of production since there is no need to upkeep physical trading space, purchase business equipment or hold sales staff. In addition, the consumer can in real time see the range of products sold, quickly find the right one, understand its features, read reviews from other consumers, choose a convenient way and time of delivery, make online payments etc.

In 2015, consumer spending power was not at its highest in Ukraine, considering the strong local currency devaluation (which occurred three times from 2013 to 2015, according to Euromonitor International data). Ukrainians reduced their expenditures, primarily allocating their budgets to the most necessary products. Besides, advanced consumers started using the internet more actively to spot the best price offers, considering price comparison platforms (eg price.ua, prom.ua) and internet stores themselves [1].

Internet retailing is viewed as a highly promising channel in Ukraine in future considering its unsaturated nature in the country and the emerging economising trend of Ukrainians. The culture of online shopping and payments with cards is also set to evolve, thus bringing good opportunities to the channel too. Similarly, internet retailing is to benefit from the rapidly growing percentage of the population, from 49% in 2015 to 60% in 2020, according to Euromonitor International. In total, the forecast increase of 68% at constant 2015 prices is expected to occur for value sales to reach UAH29.5 billion excluding sales tax by 2020 [1].

France is one of the biggest ecommerce countries in the world. It’s ranked as the sixth biggest ecommerce market worldwide and in Europe only Germany and the United Kingdom are bigger. The Western European country has an online retail market that’s expected to reach 65 billion euros by the end of 2015. According to data from the Centre for Retail Search online sales in France account for 6% of total retail sales [2].

The most important factor driving growth in internet retailing over the forecast period is expected to be the coming to an end of the prominence of the pure player business model. While in the middle of the review period some observers wondered how bricks-and-clicks retailers could survive in internet retailing over the long term, other experts have expressed, with some irony, that we could be seeing the beginning of the end for the pure player in internet retailing in France. Customer expectations of internet retailing are likely to improve as they become more frequent and experienced users and more demanding in terms of the services they require, all of which could require the opening of store-based retail outlets by pure players. Some players in the channel even worry about a possible offensive soon from the bloc of major international companies referred to as GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon) in store-based retailing [3].

The rapid development of modern information technologies, increasing consumer awareness, streamlining of their purchasing behavior as a result of ongoing turmoil events in the global financial and economic system, affect the restructuring of the retail trade due to popularization of the out-of-store forms and channels of sales, the most predominant of which is online trade. Consumers themselves are interested in expanding and diversifying product sales channels. As a result, market entity that seeks to preserve its competitive edge in the market, needs to maximize usage of different forms and channels of sales for goods and services, taking into account its benefits and the state of development of modern technologies.

1. Internet Retailing in Ukraine [Online]. Available: http://www.euromonitor.com/internet-retailing-in-ukraine/report. 2. Ecommerce in France [Online]. Available: http://ecommercenews.eu/ecommerce-per-country/ecommerce-france. 3. Internet Retailing in France [Online]. Available: http://www.euromonitor.com/internet-retailing-in-france/report.

Просович О.П., Гулич Н.З.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПОСЛУГАМИ

Активний розвиток ринку високотехнологічних товарів у світі супроводжується зростанням ринку наукомістких послуг. Це зумовлено тим, що підвищення складності високотехнологічних систем та установок збільшує потреби у комплексному вирішенні технічних проблем, відповідній підготовці персоналу, зниженні складності експлуатації техніки, наданні допомоги в управлінні тощо. При чому обсяг реалізації останніх перевищує вартість створених інноваційних продуктів у декілька разів, що надає змогу країні отримати додаткові вигоди в процесі торгівлі такими товарами.

У зовнішній торгівлі України на наукомісткі послуги припадає понад 8 млрд. дол. (або понад 35% обсягу зовнішньої торгівлі послугами), у тому числі 30% - у сукупному експорті послуг і 50% - відповідно, в імпорті [2].

Для уникнення неузгодженостей у статистичній практиці та наукових дослідженнях прийнято використовувати групування високотехнологічних послуг, розроблене Євростатом, за чотирма групами високотехнологічних послуг, а саме [1, ст.45]:

1. Високотехнологічні послуги вищого рівня наукомісткості: послуги пошти і зв'язку, послуги пов'язані з діяльністю у сфері інформатизації; послуги, пов'язані з дослідженням та розробками;
2. Наукомісткі ринкові послуги: послуги водного транспорту; послуги авіаційного транспорту; послуги, пов'язані з організацією операцій з нерухомістю; послуги, пов'язані із здаванням під найм без обслуговуючого персоналу; послуги, що надаються переважно юридичним особам;
3. Наукомісткі фінансові послуги: послуги з фінансового посередництва; послуги із страхування;
4. Інші наукомісткі послуги: послуги у сфері освіти; послуги пов'язані з охороною здоров'я та соціальною допомогою; послуги пов'язані з діяльністю у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту.

На світовому ринку Україна виступає нетто-екпортером високотехнологічних послуг і має понад 1 млрд. дол. додатного сальдо платіжного балансу [1, ст.69].

У зовнішньоторговельному обороті частка високотехнологічних послуг складає 8,4%, з яких 5% припадає на експорт. Це забезпечує внесок до ВВП лише на рівні 0,3% [2].

У структурі експорту високотехнологічних послуг України переважають наукомісткі ринкові та вищого рівня наукомісткості послуги (у порядку спадання частки в експорті). Незначною є частка інших наукомістких послуг (5,8%), хоча в нашій країні є значні передумови для розширення експорту цього виду послуг у сферах освіти, наукових досліджень і розробок, медицини, лікувально-курортної інфраструктури, культурно-спортивної рекреації тощо. У географічній структурі експорту відповідних послуг на країни ЄС припадає близько 30% [2].

Для імпорту на першому місці також знаходяться наукомісткі ринкові послуги, але на другому – наукомісткі фінансові. У географічній структурі імпорту відповідних послуг країни ЄС забезпечують близько 50% [3, ст.64].

Отож, порівнюючи абсолютні показники експорту та імпорту високотехнологічних послуг, можемо констатувати, що Україна є експортером високотехнологічних послуг. Це свідчить про високий інноваційний потенціал України.

1. Шовкун І. А. Високотехнологічні послуги у зовнішній торгівлі: світовий досвід та українські реалії / І. А. Шовкун // Економіка України. – 2013. - №9 (622). – С.42-72. 2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua. 3. Зубко О.В. Особливості зовнішньої торгівлі України високотехнологічними послугами [Електронний ресурс] О.В. Зубко // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://ivk.knteu.kiev.ua/files/2016/03/Zbirnyk_BF_2016_.pdf.

Семін І.Є., Пукало С.Ю.
Національний університет «Львівська політехніка»

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку сучасної ринкової економіки корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала одним із основних факторів формування корпоративних стратегій найбільш розвинутих світових компаній. У зв'язку з дестабілізацією глобальних процесів та загострення конкуренції на національному ринку, введення цієї концепції у господарську підприємницьку діяльність середнього та малого бізнесу України існує потреба впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності українських компаній.

На сьогоднішній день не існує єдиного загальноприйнятого визначення, але загалом можна сказати,що корпоративна соціальна відповідальність – просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу та суспільству й сприяють соціальному, економічному й екологічному розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство й мінімізації негативного навантаження на навколишнє середовище [3].

В ЄС питання щодо впровадження принципів КСВ вже давно набуло міждержавного значення, проте визначальною ініціативою сучасного громадянського суспільства є Глобальний договір ООН, започаткований у 2000 році, у якому проголошено основні принципи соціально відповідальної поведінки підприємництва.

Саме під цим кутом є сенс аналізувати потенційний зиск, який може мати компанія від імплементації КСВ у свою бізнес практику. Він, зокрема, полягає у такому: поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам, покращення репутаційного менеджменту, збільшення обсягу продажу та частки ринку, розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії, оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат, покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів, налагодження та побудова дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями, поліпшення фінансових та економічних показників діяльності [1].

Дослідження української бізнесової практики показує,що в Україні відсутні традиції соціально відповідального ведення бізнесу. Лише останні роки деякі корпорації почали говорити про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) як про необхідний елемент при формуванні корпоративної стратегії. Для того, щоб українські підприємства стали гідними конкурентами зарубіжним, а також утримували сегменти внутрішнього національного ринку, вони повинні впроваджувати принципи КСВ та створювати всі можливі умови для їх розвитку.

Як показує міжнародна практика, корпоративна соціальна відповідальність допомагає компаніям підвищувати ділову репутацію, встановити довірчі відносини з державою і суспільством. Згідно з дослідженням Cone/Roper, 78% опитаних заявили, що з більшою ймовірністю куплять товар, який асоціюється з небайдужою для них соціальною ініціативою, а 66% задля підтримки такої ініціативи готові змінити думку щодо свого бренда [4].

За даними дослідження «Монітор корпоративної соціальної відповідальності» фактори корпоративної соціальної відповідальності визначають імідж компанії на 49%, її бренд – на 35%, а фінансовий стан – лише на 10% [2].

Для ефективного формування системи КСВ виділяють європейську та американську моделі соціального партнерства.

Щодо європейської моделі, то вона поділяється на два різновиди. Перший застосовується в країнах північної Європи (Бельгії, Норвегії, Швеції) і для нього характерна активна участь держави у регулюванні соціально-трудових відносин на всіх трьох рівнях. Другий різновид європейської моделі поширений у країнах Центральної Європи (Австрія, Німеччина, Франція, частково - Великобританія), і його особливістю є втручання держави у соціально-трудові відносини, при автономії підприємців та профспілок.

Американська модель соціального партнерства характерна для США, Канади, Японії, країн Латинської Америки, а також англомовних країн Африки. У її основі лежить регулювання державою соціально-трудових відносин на рівні підприємства і у значно меншій мірі – на рівні галузі та регіону шляхом прийняття законодавчих та нормативних актів. За виконання принципів КСВ вручаються премії. Організації, що отримали такі премії перевершують інші компанії у вартості акцій та інших показниках бізнесу.

Також, у впровадженні соціальної відповідальності значну роль відіграють стандарти з КСВ, які розробляються авторитетними міжнародними і національними організаціями і компаніями: стандарт AA1000, Кодекс ділової поведінки країн АТЕС, індекси стійкості та ефективності соціально екологічного рейтингового агентства Arese, система збалансованих показників (Balanced Business Scorecard), індекс стійкості Доу-Джонса, ініціатива з етичної торгівлі, "Еко-лейбл" Європейського союзу, Лісова опікунська рада, індекси FTSE4Good, "Глобальні принципи Салліван", стандарти ISO9000/ISO14000, стандарт SA8000 , "Природний крок",тощо.

Надзвичайна увага в сучасних концепціях КСВ приділяється соціальній (нефінансовій) звітності. Актуальність ведення і представлення соціальної звітності перед громадськістю визначається необхідністю укріпити довіру всіх стейкхолдерів: працівників, партнерів, акціонерів корпорації, органів державної влади і ЗМІ. Крім того, соціальна звітність дозволяє отримувати додаткові конкурентні переваги.

Порівнюючи з зарубіжними підприємствами, наша держава стоїть на порозі впровадження корпоративної соціальної відповідальності в сучасну економіку. Основними проблемами згідно опитування українських компаній, є: брак коштів; податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази; відсутність стимулів з боку держави; недостатність власного досвіду, невідпрацьований механізм впровадження КСВ тощо.

Проте українські компанії, які використовують корпоративну соціальну відповідальність, є лідерами в українському ринковому середовищі, що сильно відображається на їх популярності та прибутковості.

Досвід зарубіжних компаній доводить, що їх ефективна економіка будується на широкому використанні стандартів КСВ, як основний чинник реалізації корпоративної стратегії.

Отже, впровадження і розвиток системи КСВ на українських підприємствах призведе до підвищення соціально-економічного ефекту від їх господарської діяльності, створення позитивного іміджу компанії серед працівників, акціонерів, споживачів, а в перспективі – покращення фінансових результатів діяльності суб’єкта господарювання.

1. «Моделі КСВ та міжнародні ініціативи формування та розвитку КСВ» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.studfiles.ru/preview/5350171/page:4. 2. Блоґ Євгена Тришина – Про маркетинг «Маркетинг в Україні» «КСВ – корпоративна соціальна відповідальність» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667. 3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. / Пер. з англ. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с. 4. Аналітичний звіт «Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://uniter.org.ua/data/block/research_ukr_final.pdf. 5. Коновалова Л. Международные аспекты социальной ответственности бизнеса. // Корпоративная этика и ценностный менеджмент. Сб. статей по материалам международных конференции «Корпоративная этика и ценностный менеджмент», 20-21 ноября 2002, с.76.

Сыдыкназаров М.К., Сырлыбаева Ф.М.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

ЧЛЕНСТВО КЫРГЫЗСТАНА В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ: СТАРТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Как известно, еще 22 декабря 2015 года кыргызский парламент одобрил двумя палатами Договор о присоединении Кыргызской Республики к Евразийскому экономическому союзу. Для этого были приняты две дорожные карты – по Таможенному Союзу и ЕАЭС.

Ухудшившаяся мировая экономическая конъюнктура, связанная не только с украинскими событиями, но и с изменившимися нефтяными потоками и резким падением цен на нефть, не дают возможности одностороннего выигрыша либо продавливания лишь одной стороной своих условий. Правительства, в особенности РФ и РК, после жирных тучных лет, стали в этих условиях более прагматичными, и просчитывают плюсы и минусы вступления следующего государства-члена ЕАЭС что называются с калькулятором. В этой ситуации все действующие участники ЕАЭС старается хеджировать все риски.

Следует также учитывать, что в лице Кыргызстана ЕАЭС приросло третьим ВТО-шным государством (Россия, Армения). При этом Кыргызстан имеет из всех трех самый большой международный опыт работы членства: 133-ий член ВТО с 20 декабря 1998 года. Теперь лишь Казахстан и Беларусь – страны не имеющие членства в ВТО. То есть, опыт принципов существования в условиях свободной торговли ВТО и стимуляции экономического роста у Кыргызстана есть.

Но при этом после вступления Кыргызстана в ЕАЭС ими начат уже процесс согласования и сопряжения с нормами ВТО. По сути двойная работа. Более того, ЕАЭС теперь официально вступает в фазу обсуждения с ВТО компенсаций, так как условия торговли Кыргызстана со странами ВТО по отдельным позициям изменились.

Кыргызские переговорщики и условия членства в ЕАЭС: был ли демарш? С самого начала появившихся в СМИ информации о заявленном кыргызском демарше по евразийской интеграциинакануне подписания в это особо не верилось. Была игра в прощупывание реакций партнеров. В любом случае, думаю что логика кыргызов такова, если ближайшие соседи – казахи, при наличии и здесь и там евразоскептиков, нашли сухую прагматику в евразийских процессах, то почему и нам не присоединиться к ТС и ЕАЭС. Вступление Кыргызстана, равно как и Армении в ЕАЭС с точки зрения экономического баланса мало повлияет на это объединение – это относительно небольшие экономики. Но с политической точки зрения теперь уже 6 государств-членов. Если сравнивать крошечные объемы (иначе не назовешь) взаимной торговли между Арменией и Казахстаном, то с Кыргызстаном у РК иная, гораздо позитивная динамика. Времени на раздумывание у Кыргызстана было достаточно. Вступление Кыргызстана в состав ЕАЭС окончательно маркировало укрепление внешнеполитического курса наших соседей в пространстве российского геополитического влияния. Вообще, после событий в Украине, в расширении и углублении евразийской интеграции появились новые аспекты.

Вступление Кыргызстана в ЕАЭС – политика или экономика? Как известно, эти вещи взаимосвязаны. И то, и другое:классика жанра - политика есть концентрированное выражение экономики. Хотя членство Кыргызстана это в первую очередь на мой взгляд политический проект. Все члены ЕАЭС – также состоят в членстве в других зонтичных структурах - ОДКБ, ШОС. Поэтому ничего политически непредсказуемого здесь не произошло. Евразийская интеграция не набрала еще свою необходимую геополитическую массу, поэтому будет и должна прирастать новыми государствами либо создавать зоны свободной торговли с не граничащими с объединением другими странами, как Вьетнам например.

Но также понятно и то, что от реэкспорта Кыргызстан уже не будет зарабатывать как раньше. Кыргызстан утратит значительную часть доходов в результате закрытия таможенных границ с Китаем после вступления в ЕАЭС. С учетом того, что создание Таможенного Союза сильно ударило в том числе и по ориентированной на реэкспорт структуре кыргызского бизнеса, имея в виду

крупнейших кыргызских налогоплательщиков и одновременно крупнейших центральноазиатскихрынков–Дордой и Кара-Суу, то бизнес однозначно выигрывает. Вспомним, Кыргызстан отчасти неплохо справился с позиционированием себя в качестве транспортно-торгового узла за счет реэкспорта. Попытки Казахстана создать зеркальные рынки на границе с Кыргызстаном в Алматинской и Жамбылской областях, куда предполагалось перетянуть потоки и были инвестированы значительные казахстанские средства закончились ничем – построенный в 2010 году мегарынок«Барыс» в Кордайском районе Жамбылской области, специально для привлечения реэкспортных операций на территорию РК, активизации трансграничной торговли в массе своей даже близко не подошёл к объемам сделок на аналогичных кыргызских рынках. Так как в связи с политико-экономическим кризисом в России, девальвацией рубля, созданием восточных и южных таможенных рубежей – а это в том числе и протяженные границы Казахстана с КНР, Узбекистаном и Кыргызстаном, уровень торговли этих кыргызских рынков с РФ, РК, частично с Таджикистаном значительно просели. Также вступление Кыргызстана в ЕАЭС повлияет на либерализацию ситуации с мигрантами из Кыргызстана в России и в Казахстане. Если мигранты в прошлые годы переводили из России в общей сложности свыше 2 млрд. долларов США, то уже с середины 2014 и в 2015 году этот показатель сократился вдвое, что снизило покупательскую возможность населения в Кыргызстане. Высказывались цифры, что Кыргызстан потеряет в этом году до 70% от $2,5 млрд денежных переводов трудовых мигрантов. Это ощутимо.

Кыргызская экономика в немалой степени сервисная. Многие казахстанцы на практике пользовались благами недорогих услуг в соседнем Кыргызстане: недорогое и качественное высшее образование, в особенности популярное у казахстанцев Жамбылской, Алматинской областей и ЮКО медицинское высшее образование. Медицинский туризм в клиники Бишкека. Автосервис, Иссык-Куль и тп. В конце концов пусть небольшая, но все же часть научной интеллигенции, чьи амбиции не успели быть удовлетворены едут защищать свои кандидатские и докторские диссертации в вузы и научные центры Кыргызстана: там еще действует генетически советская система подготовки кадров «кандидаты-доктор наук», а в Казахстане давно все по болонским лекалам. Из Казахстана переводы кыргызских мигрантов также значительны. В Казахстане в рамках евразийских торгово-экономических перипетий успешно начата общественная кампания «Покупай казахстанское», что в принципе соответствует логике развития интеграционных процессов. Более того, Армения, Кыргызстан присоединяются к ЕАЭС в такой относительно комфортный для них период, когда казахстанской и белорусской стороной уже проделана большая «домашняя» работа. Речь идет о продвижении и отстаивании как процедурных формальных вопросов, так и более глобальных вопросов. Это и деполитизация Договора об учреждении ЕАЭС, принципиального исключения из повестки дня вопросов создания единого парламента ЕАЭС.

Казахстан — один из самых крупных инвесторов в Кыргызстане, вложивший в его экономику свыше 1 млрд долларов США. Основными бюджетные поступления в Кыргызстане дают два сектора экономики – горнорудная промышленность и гидроэлектроэнергетика. В сельском хозяйстве занято свыше 40% населения. Казахстан традиционно поставлял в Кыргызстан пшеницу, муку, подсолнечное масло, уголь, получая от соседей плодоовощную, молочную, мясную продукцию. Несомненно, в Казахстан в рамках четвертой свободы – передвижения людей, товаров и услуг увеличится поток высоко квалифицированных кыргызских специалистов. 90% всей электроэнергии, 90% молочной продукции, 56% овощей и фруктов, которые экспортирует Кыргызстан, направляются в Казахстан. Почти 100% потребности Кыргызстана в импорте пшеницы, 97% муки, 70% минерального сырья, 53% неорганических химических веществ обеспечиваются поставками из Казахстана. В Кыргызстане нет своих автосборочных предприятий, поэтому казахстанский автопром, впрочем как и российский с беларусским, прирастут почти 6-миллионным рынком сбыта. Казахстан также сможет успешно экспортировать в ценовом отношении свою алкогольную продукцию. Выгодное направление – переработка до стадии окончательной продукции сельскохозяйственного сырья из Кыргызстана. Перспективны также экспорт машиностроительной, строительной, фармацевтической, пищевой, химической, текстильной отраслей Казахстана.

Сыдыкназаров М.К., Сырлыбаева Ф.М.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

КАЗАХСТАН ВО ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОЖИДАНИЯ

Начиная с 2016 года Казахстан официально находится в режиме членства в ВТО. Вступление Казахстана в ВТО, учитывая 19-летний путь вхождения Казахстана, было в одно время, учитывая новый геополитический контекст, своего рода национальной идеей для Казахстана.

Путь, когда Казахстан начал переговоры - это был один Казахстан, а Казахстан образца 2016 года в качестве 162-ого члена ВТО - это уже принципиально иной Казахстан. К слову сказать, теперь в ЕАЭС - лишь Беларусь, не является членом ВТО. Остальные - РФ, Кыргызстан, Армения членствуют в клубе ВТО.

После работы по деполитизации Договора о ЕАЭС, в которой активное участие приняли казахстанские переговорщики, в нем было отражено, что нормы ВТО являются одним из базовых принципов в образовании права союза. Выдвигалась тогда довольно экзотическая идея "группового вхождения" в ВТО. Однако - на практике это оказалось непреодолимо.

Два процесса диссонировали своей динамикой - долгое вхождение в ВТО и реактивное по скорости образование и вхождение в ЕАЭС на фоне скрупулезных процедур ВТО, где переговоры по отдельной товарной позиции могут идти годами.

Принятие более активных, в свете динамики процессов евразийской интеграции и предстоящего на тот момент вступления в ВТО, мер по повышению конкурентоспособности сельскохозяйственного, транспортного и др. комплексов Казахстана теперь более чем очевидные стратегические задачи. Также Казахстан вступает в ВТО на фоне существующих 100 региональных государственных объединений и зон свободной торговли, когда наличествуют факты "торговых отклонений", спекулятивных перепродаж товаров и услуг, называемых безобидным понятием "реэкспорт"

Также стоит обратить внимание на риски со стороны России и Беларуси в рамках *ЕАЭС*. Согласно информации Комитета по статистике МНЭ РК в январе-феврале 2015 года товарооборот Казахстана со странами ЕАЭС на 19,3% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. В том числе экспорт снизился на 34%, импорт снизился на 12,9%. Объем взаимной торговли товарами между Казахстаном и Россией за январь-февраль текущего года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года сократилось на 24,5%. Торговля между Казахстаном и Беларусью уменьшилось на 24%.

Таблица 1

Объемы взаимной торговли товарами государств-членов Евразийского экономического союза за январь-февраль 2015 года*

	Млн. долл. США	В % к январю-февралю 2014 года	Удельный вес в объеме, %
ЕАЭС	5918,2	68,9	100,0
в том числе:			
Армения – Беларусь	2,9	62,8	0,0
Армения – Казахстан	0,1	x	0,0
Армения – Россия	187,3	77,8	3,2
Беларусь – Казахстан	77,5	76,0	1,3
Беларусь – Россия	3569,7	65,0	60,3
Казахстан - Россия	2080,7	75,5	35,2

*Источник: eurasiancommission.org

Из таблицы 1 видно, что объем взаимной торговли товарами между Казахстаном и Россией за январь-февраль текущего года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года сократилось на 24,5%. Торговля между Казахстаном и Беларусью уменьшилась на 24%. Объем взаимной торговли товарами Казахстан – Армения за январь-февраль 2015 года составил 100 тыс. долларов. Наибольший удельный вес во взаимной торговле товарами государств – членов ЕАЭС занимает торговля между

Россией и Беларусью (60,3%), затем – между Казахстаном и Россией (35,2%). По минеральным продуктам показатель снизился на 29,9%, машинам, оборудованию и транспортным средствам – на 45,2%, продовольственным товарам и сельскохозяйственному сырью – на 30,8%.

По оценке Всемирного Банка спад российской экономики отнимает 0,5-1,0 процентный пункт из роста ВВП Казахстана, так как он влияет не только на промышленный экспорт Казахстана в Россию, но и на внутренние и зарубежные настроения в отношении инвестирования в Казахстане. Непосредственное воздействие низких цен на нефть в Казахстане в 2015 году было ограниченным и составило 0,1% к росту мировой экономики. Падение цен на нефть может подавлять инфляцию по всему миру. Для Казахстана влияние снижения цен на нефть усугубляется углубляющейся рецессией в России, с которой страна тесно связана через торговлю, прямые иностранные инвестиции (ПИИ), а также замедлением роста в Китае, еще одном важном торговом партнере.

В итоге, экономическая ситуация спровоцировала к следующим ожиданиям в экономике Казахстана: замедление экономик стран ЕС, низкий рост ВВП, низкие темпы их восстановления могут привести к снижению спроса на нефть из Казахстана; сокращение спроса на товары и услуги со стороны Еврозоны вместе с ухудшением ситуации на рынке сырья будут оказывать дополнительное давление на Казахстан; из-за замедления экономики Китая в среднесрочной перспективе ожидается, что спрос Китая на казахстанскую нефть, железную руду и металлургическую продукцию будет стабильным, хоть и на более низком уровне; замедление роста в России повлияет отрицательно на Казахстан через два основных канала: торговый – через снижение экспорта казахстанского сырья в Россию, инвестиционный канал - через снижение притоков новых ПИИ в Казахстан. Торговый канал может оказать существенное воздействие, так как около половины казахстанского экспорта в Россию – это руды, содержащие минералы, концентраты и алюминий, который начал снижаться. Через инвестиционный канал могут пострадать новые ПИИ в недобывающих отраслях; спад российской экономики отнимает 0,5-1,0 процентный пункт из роста ВВП Казахстана, так как он влияет не только на промышленный экспорт Казахстана в Россию, но и на внутренние и зарубежные настроения в отношении инвестирования в Казахстане; из-за снижения цен на основные экспортные сырьевые товары рост ВВП в Казахстане замедлилось, больше всего снижение наблюдается в промышленности; рисками для экономики Казахстана являются дальнейшее замедление отраслей реального сектора экономики и сферы услуг.

ВТО - почти в чистом виде экономическая организация поэтому взаимная санкционная политика Запада и России, с сугубо экономической точки зрения, шла вразрез с нормами ВТО и было абсолютно политической акцией, это понятно. Но есть и другой аспект этих санкционных войн. Казахстан на фоне России выглядит более привлекательным местом для инвестиций. ВТО - это не только свободное передвижение товаров и услуг, вопросы интеллектуальной собственности, но и свободное передвижение человеческого капитала. Поэтому корректировки в миграционной политике также неизбежны. Положительные моменты от вступления в ВТО налицо - казахстанский потребитель будет выбирать для себя товары и услуги на более конкурентном рынке, более лучшего качества и по конкурентной цене. Преимущества в области лицензирования экспорта, в особенности, продукции металлургии, нефтепродуктов, в области стандартов, применения компенсационных пошлин и др.

Минусы. Казахстанским товаропроизводителям и производственникам было тяжело функционировать на рынке лишь трех государств ЕАЭС, а теперь - накал конкуренции на глобальном рынке со 160-ю игроками. Базовый принцип ВТО "преференции, предоставленные одному из членов ВТО, автоматически распространяются и на всех остальных членов организации в любом случае", будет и должен работать четко. Возможно увеличение импорта, соответственно - отрицательное сальдо, когда импорт превышает экспорт и уменьшается доходная часть бюджета. Вступление Казахстана в ВТО, привело к тому, что Беларусь теперь предстоит придание динамики для членства. Вступление Казахстанв ВТО еще раз ставит на повестку дня формирование грамотного сообщества управленцев и гос.менеджеров, могущих демонстрировать высоко профессиональный подход к интеграционным процессам, процессам адаптации казахстанского законодательства к требованиям ВТО, а этот процесс (администрирование норм ВТО, судебные процедуры в рамках Суда ВТО и тп.) только начинается.

Сыдыкназаров М.К., Таныбаева Ж.А., Сырлыбаева Ф.М.
Институт современных исследований Евразийского национального университета
им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

МИГРАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ГРАЖДАН КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В КАЗАХСТАН: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В казахстанской общественности все еще нет однозначного мнения в отношении китайской миграции: одни твердо убеждены, что нужно опасаться демографического поглощения Казахстана китайскими трудовыми ресурсами, тогда когда сторонники противоположной позиции не видят какой-либо угрозы для безопасности и целостности Казахстана, напротив, оценивают как возможности для казахстанских трудовых ресурсов повысить квалификацию, перенять опыт у китайских специалистов. В рамках данной аналитической записки попытаемся проанализировать реальную ситуацию китайской трудовой миграции в Казахстане, определить насколько обоснованы опасения и поддержка китайских трудовых мигрантов, а также дать рекомендации по улучшению текущего положения миграционного вопроса в Казахстане.

Текущее состояние трудовой миграции из Китая в Казахстан. Стратегические цели и амбиции Китая в Республике Казахстан: инициатива по созданию «Экономического пояса Шелкового пути», создание первых финансовых институтов по данному проекту (Фонд Шелкового пути, Азиатский банк инфраструктурных инвестиций), активная инвестиционная деятельность, в том числе, и намерения соседнего государства построить заводы по производству цемента, стекла, бетона и др., а также участие в строительных проектах, увеличение доли участия китайских компании в нефтяной отрасли, сфере торговли и сервиса Казахстана, несомненно, вызывают определенное опасение и тревогу со стороны казахстанской общественности. К тому же ситуация усугубляется сотрудничеством Казахстана и Китая по схеме «сырье на кредиты», в результате которой Казахстан, при пессимистическом развитии событий, может оказаться заложником кредитных долгов перед Китаем. Согласно исследованиям, проведенным Департаментом по экономическим и социальным вопросам Международной организации по миграции в Казахстане и Центральной Азии в 2013 году, несмотря на мировой экономический и финансовый кризис, глобальная миграция продолжает расти. В числе стран ОЭСР, мигранты из Китая занимают второе место (3,8 млн. чел.) среди 16 стран, лидирующих по показателям уровня миграции. Согласно данному исследованию число высококвалифицированных мигрантов из Китая, как и из Индии, Бразилии составляет менее 3,5%. [1] Данные цифры свидетельствует, что доля мигрантов из Китая, которые могут передать свои знания и опыт незначительная.

Согласно данным МОН РК, по состоянию на 1 февраля 2015 года основными странами трудовых мигрантов, въезжающих в Казахстан, продолжают оставаться Китай – 7 222 чел. (23,7%), Турция – 2 351 чел. (7,7%), Индия – 1 183 чел. (3,8%), Италия – 1 117 чел. (3,6%) и Великобритания – 858 чел. (2,8%).[2] Данные цифры свидетельствуют о том, что Казахстан занимает особое место в векторе китайской миграции. По официальным данным, в Казахстане на 2015 год квота для иностранных трудовых ресурсов установлена в раземере 0,7% к экономически активному населению республики, что составляет 63 тысяч единиц (в 2014 году – 0,7%, что составялет 63 тысяч единиц)[3].

Казахстанские эксперты по вопросам миграции выделяют следующие типы миграционных потоков из Китая в Казахстан: 1. Репатрианты (оралманы), которые составляют почти 95% мигрантов из Китая в Казахстан; 2. Трудовые и коммерческие мигранты из числа ханьцев; 3.Нерегулируемые потоки мигрантов.

Особый интерес Казахстана вызывает ситуация с последними двумя группами мигрантов, которые могут представлять потенциальные риски для внутренней стабильности и безопасности страны. Как было сказано выше, сегодня свыше 7000 китайских граждан легально трудятся на

[1] *World Migration in Figures, A joint contribution by UN-DESA and the OECD to the UN High-Level Dialogue on Migration and Development, 3-4 October, 2013*
[2] Сайт Министерства здравоохранения и социальной защиты РК: https://www.mzsr.gov.kz/taxonomy/term/521
[3] Сайт Министерства здравоохранения и социальной защиты РК: https://www.mzsr.gov.kz/taxonomy/term/521

территории Казахстана, но официальная статистика РК не уточняет какова доля ханьцев в их числе. По данным, предоставленным в отчете ООН по миграции в регионе Центральной Азии, в 2013 году среди постоянных жителей нерезидентов Казахстана, этнические ханьцы составляли менее 1%. И в большинстве своем ханьцы не заинтересованы остаться в Казахстане надолго. Следует отметить, что вплоть до 2010 года Турция лидировала по количеству трудовых мигрантов в РК. Только в 2010 году трудовые ресурсы из Китая опередили Турцию, которая непосредственно связана со строительством международного транзитного коридора «Западный Китай – Западная Европа», а также другими многочисленными инвестиционными проектами Китая в Казахстане.

Согласно данным Министерства внутренних дел РК, число временных разрешений на проживание на территории Казахстана с 2010 года по 2013 гг. увеличилось на 72% (от 41 092 человека до 70 851 человека в 2013 году). По словам руководителя управления трудовой миграции РК Фархата Касимова, на сегодняшний день среди иностранцев, работающих в Казахстане, лидирует Китай – порядка 9500 человек среди 30 000 иностранных работников. Это прежде всего связано с инвестиционной активностью КНР в экономике Казахстана. В 2014 году основными регионами легальной миграции из Китая были Астана, Атырау, Южный Казахстан и Актюбинская область.

Как видим, разные источники предоставляют разные данные по количеству иностранных трудовых мигрантов, в том числе и выходцев из Китая. Кроме того, нет точных и последних данных по этнической принадлежности мигрантов из Китая: этнических казахов, ханьцев, уйгуров, дунган и др. этнических меньшинств из Китая, что затрудняет получение реальной картины о возможной угрозе «китайской экспансии» в Казахстан. Так на сегодня официальные данные по получению ханьцами казахстанского гражданства даны только по состоянию на 2006 год: всего 80 этнических китайцев получили гражданство РК, 393 ханьцев проживали в РК, имея вид на жительство. Согласно данным Миграционной полиции МВД РК с момента обретения независимости, в Казахстане зарегистрировано всего 74 случая смешанного брака между гражданами РК и КНР, где доля браков между ханьцами и гражданами Казахстана незначительная. Так, на основе статистических данных, полученных из разных официальных источников, за последние 3-5 лет, можно заключить, что миф о «китайской экспансии» несколько гиперболизирован, но это не означает, что миграция из Китая абсолютно не представляет риски для Казахстана.

На основе анализа изученных материалов, можно сделать следующие выводы: Как в Казахстане, так и в Китае недостаточно обоснованных, актуальных данных о трудовой, а также образовательной миграции из Китая в Казахстан и, соответственно, из Казахстана в Китай. Система квот и отсутствие гибкого механизма для регулирования приводит к тому, что китайские граждане занимают лидирующую позицию в теневом секторе экономики Казахстана. В казахстанской общественности нет четкого представления о целях и причинах трудовой миграции из Китая. Так, например, согласно сетевой теории миграции Д. Мэсси (Douglas Massey) международная миграция возникает в ходе социальных, экономических и политических трансформации, которые приводят к доминированию капиталистических отношений. В контексте глобального экономического перехода к общему рынку и капиталистическим отношениям, люди вытесняются из обычного образа жизни и вынуждены искать новые пути экономического обогащения. «Т.е. миграция – это не недостаток развития рынка, а наоборот, следствие его изменения».[4] Таким образом, по модели Мэсси, цель китайских мигрантов вовсе не постоянная миграция, а временная смена пребывания и жительства, вызванная трансформацией рынка. Сегодня Китай испытывает избыток производственных мощностей, рост себестоимости производства, высокий уровень внутренний миграции – все это способствует политике активных прямых инвестиций в страны региона ЦА, в том числе в Казахстан, Латинской Америки, страны Африки и др. Китайские компании и предприятия, как правило, предпочитают нанимать руководствующий персонал и работников административного и среднего звена из числа собственных граждан, а местным жителям выделяют низкооплачиваемые рабочие места.

---

[4] Массей Д. *Синтетическая теория международной миграции*. // В сборнике *«Мир в зеркале международной миграции»*: Научная серия: международная миграция населения: Россия и современный мир / Гл. ред. В. А. Ионцев. — М., 2002. Вып.10. С. 135.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПОЛІТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ

MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESS IN UKRAINE: ECONOMIC, SOCIAL AND POLITICAL TRANSFORMATION

19–21 травня 2016 р., м. Львів

Один електронний оптичний диск CD-ROM.
Об'єм даних у мегабайтах 3,07 Мб.
Наклад 100 прим. Зам. № 160994.

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 4, Львів, 79013
тел. +380 32 2582146, факс +380 32 2582136
vlp.com.ua, ел. пошта: vmr@vlp.com.ua