

**Міністерство освіти і науки України
Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
Київський національний торговельно-економічний університет
Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих
підприємств України
Молдавська економічна академія
Університет Кі Вест (США)**

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**МАТЕРІАЛИ
XIII МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕС-ФОРУМУ**

(Київ, 12 листопада 2020 року)

Київ 2020

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

УДК 330.341.1(477)

П 78

Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : XIII Міжнародний бізнес-форум (Київ, 12 листопада 2020 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 258 с. – Укр. та англ. мовами.

Розглянуто сучасні проблеми інноваційної діяльності як фактора світової інтеграції, висвітлено такі актуальні напрями, як: інноваційний розвиток бізнесу, інноваційна політика в умовах децентралізації регіонів, інноваційні технології у сфері внутрішньої та зовнішньої торгівлі, управління інноваційними проектами та стартапами, інноваційна функція бізнес-освіти, захист об'єктів інтелектуальної власності, міжнародний трансфер технологій.

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

УДК 330.341.1(477)

Редакційна колегія: А.А. Мазаракі (відп. ред.), д-р екон. наук, проф., академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України; Н.В. Притульська, д-р техн. наук, проф.; А.М. Бідюк, канд. екон. наук, директор Інституту вищої кваліфікації; М.А. Попова, заступник директора Інституту вищої кваліфікації; Ю.І. Зубок, провідний спеціаліст Інституту вищої кваліфікації.

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2020

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	12
АВАНЕСОВА І.А. Підтримка інноваційних проектів з цифровізації фінансових послуг	14
АДАМЕНКО В.В. Витрати на наукові дослідження та розробки (R&D) як індикатор розвитку інноваційної діяльності	17
АЛДАНЬКОВА Г.В. Корпоративно-соціальна відповідальність торговельних мереж	19
ARTAMONOVA G. Attraction of foreign students in Ukraine for business education	21
БЄЛЯЄВА Н.С. Соціально-орієнтоване управління персоналом як складова сучасного напрямку розвитку підприємства	22
БИКОВЕЦЬ В.М. Бізнес-асоціації та галузеві об'єднання в системі підтримки і розвитку інноваційного підприємництва в Україні	24
БЛАКИТА Г.В., ЛОЙ А.В. Стан інноваційного потенціалу підприємств торгівлі України	26
БОВШ Л.А. Технологія agile в формуванні клієнтоорієнтованого готельного бренда	29
БОСОВСЬКА М.В., БОЙКО М.Г., ВЕДМІДЬ Н.І. Драйвери формування та розвитку МІСЕ-індустрії 4.0	31
ВУТОВА Т. A proactive approach to financial security management of trade enterprises	33
ВАВДІЙЧИК І.М., САБАДИН Є.Г. Інновації як фактор розвитку підприємств	35

ВОЛОСОВИЧ С.В. Інтернет-інвестиційні платформи у фінансовій екосистемі	38
ГАМОВА І.В. Спеціальні інформаційні операції на суб'єкт, що ухвалює рішення	40
ГАНДЖА В.С., АНІЧ О.В., МИХЕД О.В., ДАРАГАНОВА Н.В. Охорона права інтелектуальної власності на літературний, художній та інший твір	41
ГАНЕЧКО І.Г. Аналіз інвестиційних проектів у контексті концепцій сталого розвитку	44
ГЕРАСИМЕНКО А.Г. Краудфандинг як інструмент подолання монополії фінансових інститутів	46
ГОПКАЛО Л.М. Інноваційні технології в готельному бізнесі	48
ГРИГОРЕНКО О.М. Інновації у розвитку готельного бізнесу: від нових концепцій при проектуванні до цифровізації	50
ГРИНЮК Н.А. Соціальна відповідальність кооперативного бізнесу	52
ГРИЦАЄНКО Я.В., ДМИТРЕВИЧ К.С., СЕНЧЕНКО Л.В. Контрафакція як різновид порушення прав інтелектуальної власності	54
ГУЛЯЄВА Н.М., БІДЮК А.М. Конкурентні переваги закладу вищої освіти: підходи до формування.....	56
ГУТ Л.В. Сучасний стан та напрямки активізації інноваційної діяльності в умовах децентралізації у Чернівецькій області	58
ДАРАГАНОВА Н.В. Суб'єкти системи державної правової охорони інтелектуальної власності	60

ДЖУРА В.В. Інноваційна діяльність як фактор світової інтеграції	62
ДИДЮК Л.А., КОМПАНЕЦЬ К.А. Роботизація готелів та ресторанів	65
ДЯЧЕНКО О.С., ДАРАГАНОВА Н.В. Проблеми правового регулювання права інтелектуальної власності в Україні	67
ZITKIENE R. Challenges for today's international trade in the European Union	70
ЗАЛУЖНИЙ М.Ю. Проектний підхід в управлінні інноваційною діяльністю підприємства торгівлі України	73
ЗУБКО Т.Л. Проблеми формування міжнародного трансферу технологій	75
ЗУЄВА О.М. Стартап та захист інтелектуальної власності	77
KAVUN-MOSHKOVSKA O.A. Key trends and innovation technologies in e-commerce	83
КАРМАЗІНОВА В.Д. Використання інноваційних систем формування та розвитку бренда компанії	85
КВАША Т.К., ПАЛАДЧЕНКО О.Ф. Фінансування за визначеними пріоритетами створення та впровадження науково-технічної продукції як напряму інноваційної діяльності	86
КОНДРАТЮК О.І., СТОЯНЕНКО І.В. Пріоритети інвестиційного розвитку України	88
КРАУС Н.М., ОСЕЦЬКИЙ В.Л., КРАУС К.М. Екосистема інноваційно-підприємницького університету в конкурентному освітньому просторі	91
КРОШКА А.В., МАЗАРАКІ А.А. Фінансові інвестиції в умовах світової економічної рецесії	93

КУДИРКО Л.П. Пріоритети інклюзивного розвитку в регуляторній політиці держав постіндустріальної доби	95
КУЖЕЛЬ Е.В., ЛІПЧ Л. Г. Торгівля патентними ліцензіями як засіб просування інновацій в економіку країни	97
КУЛИК М.В., ПОЛТАВСЬКА О.В., РОМАНЧУК Л.Д. Інноваційні інструменти в управлінні поведінкою споживачів сфери гостинності	99
КУЛЬГАНІК О.М. Стан та перспективи розвитку інноваційного бізнесу в Україні	102
КУХТА К.О. Інноваційний розвиток бізнесу	104
КУШНАРЕНКО Н.П., КАЛІНІН В.В. Міжнародне науково-технічне співробітництво як основа інноваційного розвитку світової економіки	107
ЛАБУРЦЕВА О.І. Інноваційні технології маркетингових досліджень у торгівлі	109
ЛАГОДЗІНСЬКА В.І. Розвиток креативного потенціалу організацій і типів організаційної культури та їх взаємозв'язок	111
ЛАГОДЗІНСЬКИЙ В.В. Особистісні якості емоційного лідера	113
ЛАНОВСЬКА Г.І., МАКАРЧУК К.Ю. Інноваційний потенціал лісових господарств України	116
ЛИСА С.С. Проблеми та перспективи розвитку холододових ланцюгів постачання	118
ЛОЗОВСЬКИЙ О.М. Сучасні моделі стимулювання високоефективної праці персоналу	120

ЛУБ Д.О., ДАРАГАНОВА Н.В. До питання про особливості правової охорони торговельної марки в Україні	122
ЛУКАШОВА Л.В. Соціальні інновації в малому підприємстві	124
МАЗАРАКІ А.А., П'ЯТНИЦЬКА Г.Т. COVID-криза: можливості vs виклики для інноваційних змін	127
МАЙСТРУК А.А., ДАРАГАНОВА Н.В. Актуальні проблеми виплати компенсації у справах про порушення авторських прав	132
МАКАРЧУК І.В. Управління ризиками ІТ-проектів: сучасні реалії	134
МАТУСОВА О.М., АНДРЕЄВА В.Г. Управління ризиками на підприємстві з позиції процесного підходу	137
МАЦЕЙЧУК В.М., ДАРАГАНОВА Н.В. Актуальні питання захисту авторського права у мережі Інтернет.....	139
МЕЛЬНИЧУК О.Ф., МЕЛЬНИЧУК М.О. Заклади вищої освіти як суб'єкти інноваційної діяльності	141
МИКОЛАЙЧУК І.П. Передумови впровадження дуальної форми здобуття освіти в Україні	143
МІНІЧ І.І., МУРЕЙКО Я.В., ВОЛОЩУК І.Г., ДАРАГАНОВА Н.В. Проблеми захисту права інтелектуальної власності в Україні	145
НЕДБАЛЮК О.П. Розвиток інноваційної діяльності в Україні шляхом створення інституційного механізму впровадження інновацій	148
НЕЖИВА М.О. Оцінка стартапу як форми ведення бізнесу	150
НЕТРЕБЧУК Л.О. Блокчейн у кредитуванні	152

ОЛЕСЕНКО І.С. Перспективи впровадження комплаєнс-контролю на підприємствах торгівлі України	154
ОЛЕЩЕНКО Ю.В., ЩУРЕНКО Т.А., СЕНЧЕНКО Л.В. Особливості правової охорони торговельної марки	157
ОМРАН ХОССЕЙН Заходи стимулювання зовнішньої торгівлі близькосхідного регіону та України	159
ONYSHCHENKO V.O., SIVITSKA, S.P., CHERVIAK A.V. Internet services in banking innovative development	162
ОСПОВА Л.В., ДАВИДЮК Л.П. Сучасний стан інноваційного розвитку малого бізнесу в умовах глобалізації	164
ПАВЛЮК Т.І. Перспективи розвитку соціальних інновацій в Україні	166
ПАЩЕНКО Б.В. Інноваційні тренди в розвитку органічного агробізнесу	168
ПЕТРАНЬ С.В., ШКРАБІЙ В.А., ПШУК О.А. Науково-технічні розробки як інновація розвитку бізнесу	170
ПЕТРАНЬ С.В., БІГУН В.О., ІВАНЧЕНКО А.В. Вплив інновацій на ведення бізнесу	172
ПОПОВА М.А. Проблема фінансової інклюзії населення та продакт плейсмент як метод вирішення	174
ПРОКОПЕНКО Н.О. Геронтологічна спрямованість інноваційної діяльності в економіці	178
ПРУДКА О.В., ТАРАНОВ І.М. Новелізація інноваційної діяльності у сферах освіти і науки	180
ПУРДЕНКО О.А. Сучасні бізнес-технології в електронній комерції	182

П'ЯТНИЦЬКА Г.Т., ШЕВЧУН М.Б., КОСТРОВА К.А. Переваги блокчейн технології у процесі цифровізації управління підприємствами	184
RAKSHA N. Business models for the innovative companies	186
РАСУЛОВА А.М., ПРИТУЛА Т.В. Моделювання бізнес-процесів суб'єктів ресторанного бізнесу	188
РЯЗАНЦЕВА В.В. Проблеми розвитку ринку освітніх послуг в Україні	190
СИЛКІНА Ю.О. Інклюзивні інновації в контексті соціальної відповідальності бізнесу	192
СКУВА М.У. The current situation of capital investment	194
СОКОЛОВСЬКА В.В. Соціально орієнтований бізнес: тенденції та шляхи розвитку	196
СОКОЛЬСЬКА Т.В., ПОЛЩУК С.П. Формування регіональних інноваційних екосистем в Україні в умовах європейської інтеграції	198
СТРАТІЙЧУК В.М. Проблеми впровадження стратегічного управління оборотними активами підприємств торгівлі	201
СУНДУК Т.Ф. Сучасне дистанційне обслуговування клієнтів банку	203
СУПРУН С.Д. Про деякі аспекти оцінки ефективності інноваційних проектів підприємств	205
УСТІЛОВА М.О., КОМПАНЕЦЬ К.А. Енергозбереження в ресторанній галузі	207
ФАЙВІШЕНКО Д.С. Інклюзивні технології в реалізації стратегії бренду	209

ФЕДУЛОВА І.В.	
Роль держави в розвитку науки	210
ФРЕЮК О.В.	
Інноваційний розвиток логістичної діяльності у світі	212
ХАРСУН Л.Г.	
Передумови інноваційного розвитку холодкових ланцюгів постачання	214
ХЛОПЯК С.В.	
Інноваційні можливості використання геоінформаційних систем у туризмі	216
ЦИБУЛЬОВ П.М.	
Система управління інтелектуальною власністю університету: загрози та можливості	218
ЦИМБАЛ І.М., ДАДІАНІ Т.З., СЕНЧЕНКО Л.В.	
Патентний тролінг як негативне явище для економіки держави	220
ЦПУРИНДА В.С.	
Формування бізнес-моделей для підприємств на засадах інноваційного підходу	222
ЧЕПИК А.С., ДАРАГАНОВА Н.В.	
Державна система охорони та захисту інтелектуальної власності в Україні	224
ЧИЖЕВСЬКИЙ Б.Г.	
Особливості та проблеми інноваційного розвитку України	227
ШАШЕНКО О.М., КІРІН Р.С., ШАШЕНКО Д.О.	
Інноваційна політика відновлення життєдіяльності промислових об'єктів на постконфліктних територіях	237
ШЕВЧЕНКО О.В.	
Механізми правового регулювання інтелектуальної власності	239
ШЕВЧУН М.Б.	
Застосування інноваційних технологій в логістичній діяльності торговельного підприємства	241

ШОВКУН І.А.	
Чинники технологічної залежності економіки України	243
ЩЕГЕЛЬ С.М.	
Розвиток стартап екосистеми та стартап підприємництва в Україні	245
ЩЕРБА В.І., СЕНЧЕНКО Л.В.	
Захист авторського права в мережі Інтернет	247
ЮРЧИК І.Б.	
Інноваційна діяльність у соціальній сфері	249
ЯКОВЕНКО Р.В.	
Виробниче середовище соціально-демографічної відповідальності	251
ЯНКОВЕЦЬ Т.М.	
Передумови розвитку цифрового маркетингу та значення для брендів ..	253
ЯЦЮК Д.В.	
Тенденції розвитку реклами у соціальних мережах	255

ПЕРЕДМОВА

В умовах глобалізації процесів економічного реформування розвиток суспільства набуває чітко визначеного інноваційного напрямку. Докорінна зміна міжнародної економічної системи, безпрецедентне зростання економіки у світових масштабах та фінансового добробуту і перехід на високі стандарти якості життя спонукають усіх небайдужих спрямовувати ресурси на вдосконалення існуючих та розробку нових механізмів функціонування національних економік у напрямі синхронізації відповідей на виклики та загрози ХХІ ст.

Поширення інноваційних цифрових технологій у глобальному світовому просторі означає, що потрібно більше уваги приділяти безперервному навчанню населення та знаходити абсолютно нові рішення для створення глобальних соціальних систем. Однак це неможливо вирішити кожній країні окремо, лише спільно об'єднавши зусилля країн світу у сфері науки, освіти та бізнесу перспектива впровадження інноваційних цифрових технологій, виведення рівня освіти та добробуту населення на якісно інший рівень стає більш реальною.

Інноваційно-інформаційний розвиток економіки та підвищення конкурентоспроможності належить до найбільш важливих національних стратегічних завдань. Розвиток інноваційної бізнес-моделі підприємництва, нарощування інноваційного людського капіталу за рахунок реформування наявної системи освіти, формування розумної соціальної економіки, збільшення глобальних інвестиційних ресурсів для фінансування дослідницьких та інноваційних освітніх програм є основою інноваційного розвитку будь-якої держави, що об'єднує зусилля державного та приватного секторів у досягненні своїх цілей. Їх діяльність має бути зосереджена передусім на формуванні вітчизняної інноваційної системи, запровадженні сучасних інструментів підтримки прийняття управлінських рішень, використанні технологій штучного інтелекту.

Рівноправне існування України у глобальній економіці можливе за умови формування такої національної інноваційної системи, яка буде спиратися на вже наявні конкурентні переваги гуманітарної, геополітичної, економічної сфери та сприяти побудові й розвитку економіки знань. Найбільша ефективність вітчизняного бізнесу може бути досягнута тільки за умов використання інновацій як одного із найважливіших чинників його успішного функціонування та економічного зростання.

Київський національний торговельно-економічний університет вже тринадцятий рік поспіль забезпечує обмін науковими думками та практичним досвідом у сфері інновацій як в національному, так і глобальному світовому середовищі, надає можливість використати кращі надбання для практичної реалізації спільних інноваційних проєктів і програм у різних секторах економіки.

У збірнику матеріалів XIII Міжнародного бізнес-форуму «Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні» (м. Київ, 12 листопада 2020 р.) розкрито особливості підвищення рівня людського та інтелектуального капіталу, досліджено проблеми формування інноваційної політики, застосування інноваційних технологій та методів управління в сучасному бізнесі, визначено стратегічні напрями інноваційного розвитку та інноваційний потенціал окремих господарств країни.

Запропоновані у збірнику результати наукових досліджень, проведених у рамках тематики бізнесу-форуму, можуть сприяти створенню умов для співробітництва, консолідації інтелектуальних ресурсів для прискорення інноваційного розвитку України та забезпечення цього процесу висококваліфікованими кадрами, поширенню передового досвіду і практики, привернення уваги до винесеної на обговорення проблеми підприємців, інвесторів, влади, ЗМІ.

**Ректор Київського національного
торговельно-економічного
університету,
доктор економічних наук, професор,
академік Національної академії
педагогічних наук України,
заслужений діяч науки і техніки
України, лауреат Державної премії
України в галузі науки і техніки,
лауреат премії Кабінету Міністрів
України за розроблення
і впровадження інноваційних
технологій**

А.А. Мазаракі

Аванесова І.А.,
к.е.н., доктор філософії з економіки,
доцент кафедри банківської справи КНТЕУ

ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ З ЦИФРОВІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Відомо, що підтримкою розвитку інноваційних проектів, до складу яких відносять і цифровізацію фінансових послуг, є екосистема бізнес-інкубаторів та бізнес-акселераторів (від англ. accelerator – прискорювач), які можуть працювати за двофазною або чотирифазною бізнес-моделлю. Двофазна бізнес-модель: 1) інкубація (оформлення підприємницьких починань для створення бізнес-проекту, приймаються усі бажані); 2) презентація сформованого під час навчання бізнес-проекту інвесторам [1]. Чотирифазна бізнес-модель: 1) сформоване підприємницьке починання (проект, який пройшов конкурс на інвестиційний потенціал – має найбільш конкурентні та перспективні переваги); 2) створення інвестиційно-привабливого продукту за три-чотири місяці при використанні освітніх компонентів (для проведення майстер-класів, стажування, лекцій залучаються успішні підприємці, топ-менеджери провідних фінансових установ, успішні інвестори), консультування, надається незначне фінансування (створюються можливості для талановитих людей проявити себе такими, кого бажують фінансувати інвестори); 3) отримання венчурного фінансування або розміщення проекту на порталі краудфандінгу; 4) формування потенційних зв'язків з інвесторами для залучення наступних інвестицій [2].

Відомо, що інноваційний проект з цифровізації фінансових послуг є проектом фінансових технологій – фінтех стартапом (від англ. financial technologies project, fintech startup), спрямований на створення програмного забезпечення для надання фінансових послуг дешевше та більш якісно.[3] Швидкість виникнення та зникнення проектів фінансових технологій набагато більша ніж в інших галузях, але глобальне фінансування фінтех стартапів у 2018 році сягнуло 111,8 млрд дол. США, що на 120 % вище ніж у 2017 році [4]. Сучасна екосистема цифровізації фінансових послуг, станом на 2018 рік, налічувала десятки бізнес-інкубаторів та бізнес-акселераторів в різних країнах, серед яких: Startupbootcamp Fintech (17 програм в 11 містах, таких як Амстердам, Берлін, Копенгаген, Дублін, Хайфа, Сінгапур, Мумбаї, Нью Йорк, Амстердам, Мехіко Сіті, Лондон); Fintech Innovation Lab (Лондон, Дублін, Гонг Конг, Нью Йорк); F10 Incubator

and Accelerator (Цюрих); Barclays Accelerator (Нью Йорк, Лондон, Кейп Таун, Тель Авів); Citi Ventures Fintech Accelerator (Тель Авів); Copenhagen Fintech (Данія); ING Fintech Village (Бельгія); FinLab (Німеччина) та інші [5].

Важливо, що всі види фінансових послуг охоплені інноваційними проектами цифровізації. Приміром, у 2020 році бізнес-акселератор Startup Wise Guys (Вільнюс, Литва, працює з 2012 року, має загальний рівень втримання стартапів на ринку – до 77 %; із 20 стартапами продовжує працювати над зростанням їхнього бізнесу) розпочав проекти за всіма видами фінансових послуг: *платіжні послуги*: 1) платіжний чатбот дозволяє придбати одноразову картку та здійснити платіж одним дотиком (стартап CoinyPay, Україна), 2) гаманець із вбудованою віртуальною дебетовою карткою MasterCard (стартап PayQin, Швеція, Франція), 3) платіжний термінал для оплати безконтактними банківськими картками (стартап PayTipTop, Естонія), 4) ліцензований платіжний додаток для безготівкових розрахунків (стартап Trisbee, Чеська Республіка); *послуги зберігання та інвестування*: 1) єдина платформа зі штучним інтелектом що дозволить брокерам з нерухомості досягати більшої кількості угод (стартап Consorto, Естонія), 2) сервіс з професійного управління інвестиціями для фізичних осіб (стартап TradersAlloy, Великобританія, Швеція); *кредитні послуги*: 1) P2P платформа для кредитування малого та середнього бізнесу при будівництві нерухомості (стартап EstateGuru, Естонія), 2) агрегатор краудфандінгу нерухомості для об'єднання 15 платформ для транскордонних інвестицій (стартап EvoEstate, Литва), 3) сервіс отримання заробітної плати до її виплати (стартап Flipful, Латвія), 4) сервіс фінансування 30-180 денних інвойсів за найкращими цінами (стартап Investly, Естонія, Великобританія), 5) сервіс допомоги кредиторам споживачів виявляти недобросовісних позичальників через їхню поведінку на стадії подання заявки на кредит (стартап MANU, Литва); *валютні послуги*: 1) P2P ринкова платформа для обміну валютами між підприємствами за попередніми угодами (стартап Currencii, Вірменія), 2) платформа для валютно-обмінних операцій та платежів за найкращими цінами (стартап Kuap Intelligence, Гонконг, Лондон); *консультаційні послуги*: 1) низка інформаційних панелей як допомога власникам малого та середнього бізнесу візуалізувати дані своєї компанії (стартап AVA, Австралія), 2) інструмент фінансового менеджменту як допомога в контролі фінансів підприємства в режимі реального часу (стартап Budget.to, Естонія), 3) верифікатор особи з точністю до 90% (стартап Fully-Verified, Польща), 4) хмарний сервіс «єдиного вікна» для забез-

печення конфіденційності, законності, системності інформації про фінансову послугу та її користувача (стартап COMPLY.TO, Естонія), 5) платформа управління відносинами між інвесторами, акселераторами та стартапами (стартап Investory, Австралія), 6) платформа цифрової пошти та електронного підпису для безпечної миттєвої доставки комерційної кореспонденції (стартап Lahdes, Латвія). [6]

Отже, цифровізація фінансових послуг відбувається через інноваційні проекти з використанням високого коефіцієнту інтелекту (англ. IQ – intelligence quotient) в поєднанні з не менш високим коефіцієнтом емоційного інтелекту (англ. EQ – emotional intelligence [7]) розробників проектів фінансових технологій – фінтех стартапів та забезпечується підтримкою таких проектів бізнес-інкубаторами та бізнес-акселераторами.

Список використаних джерел

1. Стартап -інкубатори та бізнес- акселератори в Україні: що і де шукати?:<http://tempus.nung.edu.ua/uk/news/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF-%D1%96%D0%BD%D0%BA%D1%83%D0%B1%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%B0%D0%BA%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96-%D1%89%D0%BE-%D1%96-%D0%B4%D0%B5-%D1%88%D1%83%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B8>
2. Стартап-акселератори: стан індустрії у 2018: <https://www.imena.ua/blog/startup-accelerators-2018/>
3. Передовий європейський бізнес-акселератор обрав рекордну кількість українських стартапів: https://24tv.ua/investment/peredoviy_yevropeyskiy_biznes_akselerator_obrav_rekordnu_kilkist_ukrayinskih_startapiv_n1031139
4. Top 10 Fintech Incubators and How to Get Into Them: <https://technorely.com/blog/fintech-incubators-accelerators/>
5. Top 10 Fintech Incubators And Accelerators In Europe 2018 Update: <https://fintechnews.ch/fintech/top-10-fintech-incubators-accelerators-europe/15564/>
6. Startup Wise Guys: <https://startupwiseguys.com/>
7. Людність, як фактор ефективності в часи технологічного прогресу: <https://www.imena.ua/blog/humanity-in-technology-era/>

ВИТРАТИ НА НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКИ (R&D) ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Інноваційну діяльність суб'єктів національної економіки характеризує ряд показників, серед яких чільне місце посідає обсяг витрат на наукові дослідження та розробки (*Research & Development, R&D*). Динаміка цих витрат в Україні за період з 2010 року, як видно на рис. 1 та 2, у цілому є свідченням рецесії в інноваційній діяльності.

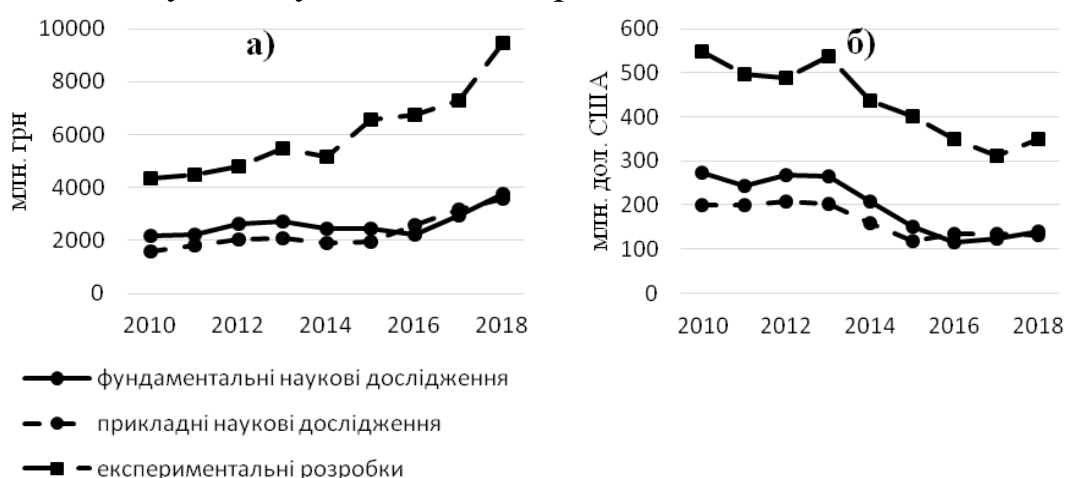


Рис. 1. Динаміка витрат на виконання R&D за видами робіт в Україні за період з 2010 по 2018р р.: а) у фактичних цінах, млн грн; б) у млн дол. США (за середньорічним офіційним курсом НБУ)

Джерело: авторська розробка на основі даних [1] та [2]

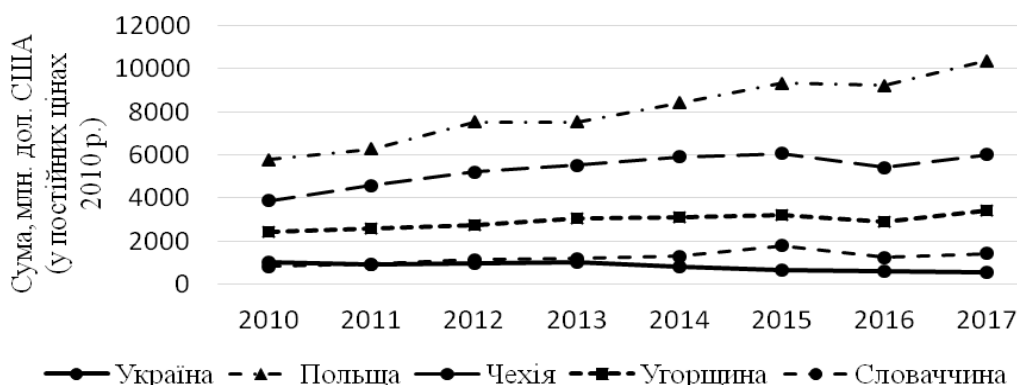


Рис. 2. Динаміка загальної суми витрат на виконання R&D в Україні та країнах Вишеградської групи за період з 2010 по 2017 рр.

Джерело: авторська розробка на основі даних [1]–[3]

Починаючи з 2010 року, після виходу з фінансово-економічної кризи 2008-2009 року, в Україні так і не відновився процес зростання витрат на виконання *R&D* як у цілому, так і за окремими видами робіт. Відповідно до найбільш актуальних статистичних даних, що є у публічному доступі, в Україні поглиблюється відставання від країн-сусідів, які є членами ЄС, за витратами на виконання *R&D*. За період дослідження, як свідчить рис. 3, Україна почала суттєво поступатися навіть найменшій країні Вишеградської групи – Словаччині.



Рис. 3. Порівняння витрат на виконання R&D за видами робіт в Україні та Словаччині відносно Угорщини у 2010 та 2017 р.

Джерело: авторська розробка на основі даних [1]–[3]

Наведені результати аналізу динаміки витрат на виконання *R&D* дають підстави для серйозного занепокоєння щодо розвитку інноваційної діяльності в Україні, без якого повноцінна євроінтеграція є неможливою. Не зважаючи на комплекс чинників негативного впливу, є очевидна потреба запуску механізмів зростання витрат на *R&D* в Україні, що неможливо без відповідної державної політики.

Список використаних джерел

1. Статистична інформація. *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 15.02.2020).
2. Офіційний курс гривні до іноземних валют та показники валютного ринку України. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/sector-external/data-sector-external#6> (Дата звернення 15.02.2020).
3. Research and Development Statistics. *Organisation for Economic Co-operation and Development*. URL: <https://www.oecd.org/sti/inno/researchanddevelopmentstatisticsrds.htm> (Дата звернення 15.02.2020).

Алданькова Г.В.,
к.е.н., доцент кафедри журналістики
та реклами КНТЕУ

КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Концепція соціально відповідального бізнесу (КСВ) з'явилася в 1950-х роках і охоплює багато сфер діяльності. Соціально-орієнтоване управління підприємством включає три основних рівня: внутрішньокорпоративний, територіальний і національний, що переростає в глобальний. На кожному з них концепція КСВ має свою специфіку. Внутрішньокорпоративний рівень історично був першим і залишається одним з найважливіших. Турбота про співробітників може бути не тільки статтею витрат, а й джерелом прибутку. Для забезпечення високого рівня обслуговування, необхідні професійні кадри, з високим рівнем персональної відповідальності за результат. Тому, важливою представляється внутрішня соціальна відповідальність перед співробітниками компанії: виплата заробітної плати, соціальні гарантії, підвищення кваліфікації, відповідність умов праці встановленим нормативам. На територіальному та національному рівні бізнес використовує концепцію КСВ в спілкуванні зі споживачами товарів і послуг. На відміну від грошей, що витрачаються на рекламу, засоби, що спрямовані на соціальну відповідальність, приносять користь суспільству і це є для споживачів важливим аргументом при виборі місця здійснення покупок і послуг.

В Україні в зоні соціально активного ведення бізнесу сформувався пул компаній, які працюють на ринку електротехнічних товарів і своїм прикладом демонструють КСВ. Так, на думку керівництва «Comfy», бізнес повинен бути економічно стійким, ефективним і прибутковим, щоб мати можливість надавати допомогу і привносити в суспільство цінність. КСВ є частиною стратегії. Серед її складових: освітні проекти, інвестиції в розвиток і навчання суспільства; екологічні ініціативи з прибирання територій, ландшафтне озеленення; благодійність. [1] КСВ – невід'ємна складова роботи ГК «Фокстрот». Цей вибір заснований на переконанні, що конкурентні переваги з'являються там, де соціальні аспекти є важливою частиною стратегії бізнесу в цілому. У ГК «Фокстрот» декілька напрямків соціальної діяльності: допомога медичним закладам; освітні програми, підтримка спортивних заходів; благодійні проекти. Показником КСВ в ГК «Фокстрот» вважають сплату податків, за рахунок яких українці

матимуть якісні державні послуги (освіту, медицину, соцзахист), гідну інфраструктуру (дороги, громадський транспорт, школи, лікарні, дитячі садки), надійну оборону» [2]. Дотримання етичних трудових практик, захист середовища і благодійність, волонтерство – частини корпоративної культури «Eldorado». Відповідальна компанія повинна просочуватися своїми проектами, співробітники повинні бути амбасадорами [3].

Але, є багато великих підприємств що вважають, що для впливу на споживачів досить рекламувати свої товари і послуги. На додаток до реклами вони намагаються за допомогою зв'язків з громадськістю розповідати про свої досягнення. Чимало й таких підприємств торгівлі, які лише декларують прихильність КСВ. Для них це лише різновид піару. Вони вважають, що інформація про внесок компанії в розвиток міста, або свідоцтва турботи про персонал, мало цікаве і не сприяє просуванню підприємства на ринку і збуту товару.

За даними досліджень, серед складових КСВ роздрібних торговельних підприємств найбільш значущим для покупців є якісні товари (одна з найбільш важливих ознак для 87,6% респондентів, найменш важлива – 1,6%), а також якісне обслуговування (відповідно 63% і 3,1%). Гарантія безпеки праці та офіційна заробітна плата, відзначені як найбільш важливі більше разів (42,6% і 39,8% опитаних), ніж як найменш важливі (12,4% і 14%). [4]

Таким чином, КСВ торговельних мереж поступово набуває форми вираження цінностей, що орієнтовані не тільки на фінансові показники, але й зрозумілі та приймаються співробітниками, партнерами і клієнтами підприємства.

Список використаних джерел

1. Как социальная ответственность становится частью корпоративной культуры в бизнесе [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://retailers.ua/news/mneniya/6147-kak-sotsialnaya-otvetstvennost-stanovitsya-chastyu-korporativnoy-kulturyi-v-biznese>
2. Новости магазинов техники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rau.ua/ru/news/comfy-allo-fokstrot-eldorado/>
3. Корпоративное волонтерство, спортивные достижения и ELDOбрые дела [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://focus.ua/economics/431293-korporativnoe-volontyorstvo-sportivnyye-dostizheniya-i-eldobrye-dela>
4. КСО в торговом бизнесе [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://creativeconomy.ru/lib/9391>

Artamonova Galina,
*PhD, Associate Professor Department
of International Economics, National University
of Food Technology*

ATTRACTION OF FOREIGN STUDENTS IN UKRAINE FOR BUSINESS EDUCATION

Ukrainian universities step by step recover their positions and gaining popularity among the foreign students. They come to study from India, Morocco, Azerbaijan, Turkmenistan, Nigeria, Egypt, Turkey, China, Israel, Georgia. The number of international students was in 2013 year – 69969, in 2015 – 63906, 2017 – 66310, 2018 – 75605. (1)

Ukrainian universities offer economics, finance, business and management, medicine. International relations and law may look like niche subject, but they are traditional background for those who aspire to become future elites or leaders of nations that send that send their youths to Ukraine for studies.

Education is a separate sector of the economy for the countries receiving students, as well as business itself for the universities. Apart of tuition fees, students pay for rent, buy food and clothing and traveling.

Big disadvantage in modern Ukrainian education is an inherited Soviet style, that includes inflexibility and hierarchy. And as a result, students are not often encouraged to think critically and not open for cooperation.

Our higher quality of technical education is obviously lacking in providing leadership skills and management. Normally to pay more attention on public administration for effective and well-educated civil servants. Ukrainian higher education is typically still inefficient, outdated and underfunded. State universities struggle to finances their campuses. And includes problems for international students with immigration and visa documentation, language and pre-university training in specific subjects.

As an example, compare with American system where there is strong competition for academic excellence among different schools. We think competition could be a solution for state universities as well as for the private players.

Just two non-medical schools are in the top ten of Ukrainians most popular universities among foreigners. Namely, Kharkiv National University and MAUP (Interregional Academy of Personnel Management).

MAUP is a private university with about 2,000 foreigners within its six departments.

Compare with U.S. universities, meanwhile, accepted 1.09 million foreign students in 2018, which roughly 5% of the total university enrollment. In 2017 U.S. Department of Commerce reported that international students contributed \$42.4 billion to the US economy through tuition, room and board and other expenses.

Ukraine has some way to go in achieving this level of popularity. But the potential benefits could be huge.

One of the fundamentals in nation-building and improving a corrupted system is changing in education process.

We think that reform should start from higher education but not from elementary school.

References

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Беляєва Н.С.,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту КНТЕУ

СОЦІАЛЬНЕ-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО НАПРЯМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Загострення кризових явищ в економіці України зумовлює пошук та обґрунтування інноваційних підходів до реалізації концепції цінності людського розвитку [1], зважаючи на доволі низький рівень фінансової спроможності вітчизняних підприємств. У зв'язку з переосмисленням ролі людини у здійсненні бізнес-процесів на підприємстві, необхідністю гуманізації праці, в тому числі враховуючи міжнародні стандарти, та все більшим зростанням важливості нееконічних чинників успіху організації в конкурентному середовищі все більше організацій звертають увагу на забезпечення соціального розвитку персоналу, тобто провадження соціально-орієнтованого управління своїм персоналом.

Саме працівники організації, їх професійно-кваліфікаційний рівень (в т.ч. hard skills та soft skills), прихильність до організації, змога застосовувати свої знання у практичній діяльності не лише для виконання отриманих завдань, а й для генерування нових прогрес-

сивних ідей, способів удосконалення діяльності, стають пріоритетним чинником успішної діяльності підприємства на ринку. Тобто, в цілому, в соціально-орієнтованому управлінні персонал та його професійно-кваліфікаційний, компетентісний рівень усе частіше стають вирішальним фактором перемоги в конкурентній боротьбі.

В той же час, це призводить до постійного зростання вимог до професійної підготовки працівників, їх професійно-кваліфікаційного рівня, рівня прояву їх компетенцій та загальної компетентності. Чому? Оскільки якісні й кількісні характеристики персоналу визначають можливість реалізації стратегії розвитку підприємства в цілому, його структурної перебудови, розширення кола послуг/продукції, підвищення якості асортименту, продуктивності праці працівників, тощо.

Формування соціально-орієнтованої системи управління підприємством здійснюється із застосуванням комплексу управлінських технологій, спрямованих на підвищення соціально-економічної результативності управління в цілому. Ключову роль серед управлінських технологій відіграють HRтехнології, які орієнтовані на розвиток системи компетенцій персоналу підприємства та їх реалізацію в підвищенні рівня конкурентоспроможності підприємства, тобто реалізація компетентісного підходу.

Соціально-орієнтоване управління персоналом варто розглядати у контексті побудови стратегії соціально-орієнтованого управління. Це передбачає розробку системи заходів щодо управління персоналом у перспективі, які спрямовані на розвиток та реалізацію компетенцій, необхідних для забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства на ринку та досягнення його стратегічних цілей в умовах динамічного та нестабільного зовнішнього середовища діяльності [2]. Дивлячись на це, все більшої вагомості набирає така складова механізму реалізації стратегії соціально-орієнтованого управління персоналом підприємства як професійне навчання персоналу, що супроводжується впровадженням актуальних для конкретного підприємства підходів до професійного навчання та дозволяє підготувати високоосвічених фахівців відповідно до потреб підприємства на засадах розвитку необхідних компетенцій.

В той же час, формування соціально-економічних передумов ефективного розвитку підприємств розглядається в контексті розробки комплексу заходів антикризового характеру, спрямованого на фінансове оздоровлення підприємства, підвищення його стійкості. Зважаючи на це необхідно брати до увагу й інноваційні антикризові

техніки та технології вивільнення людських ресурсів, зокрема даунсайзинг, реінжиніринг, аутплейсмент, райтсайзинг [1].

Основним документом, який відображає завдання, напрями та шляхи реалізації стратегії соціально-орієнтованого управління на підприємстві є план соціального розвитку, в якому формуються підходи та конкретні кроки щодо удосконалення соціально-демографічної структури колективу, покращення умов та охорони праці, удосконалення медичного обслуговування, житлових, побутово-культурних умов працівників, підвищення рівня оплати праці, фінансування соціальних програм на підприємстві, тощо [2].

Список використаних джерел

1. Гавриш О.А., Довгань Л.Є., Крейдич І.М., Семенченко Н.В. Технології управління персоналом: монографія. Київ: НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського». 528 с.
2. Савельєва О. О. Формування стратегії соціально-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством. Ефективна економіка. № 12. 2014. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3698>

Биковець В.М.,
*перший віце-президент, генеральний директор
Спільки підприємців малих, середніх
і приватизованих підприємств України*

БІЗНЕС-АСОЦІАЦІЇ ТА ГАЛУЗЕВІ ОБ'ЄДНАННЯ В СИСТЕМІ ПІДТРИМКИ І РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Актуальність дослідження. Підприємництво можна характеризувати як творчу діяльність, яка спрямована на пошук нових сфер вкладення капіталу, створення нових і вдосконалення наявних продуктів, виробництв, розвиток власних переваг, ефективне використання різних можливостей для отримання прибутку. В той же час підприємництво характеризується обов'язковим залученням інноваційного моменту (виробництво нового для ринку товару, зміна профілю діяльності або заснування нового підприємства чи галузі). Ключову роль у вирішенні питань підтримки і розвитку інноваційного підприємництва відіграють бізнес-асоціації, які в більшості країн світу є важливим і дуже дієвим елементом інфраструктури

підтримки підприємництва, невід'ємною частиною громадянського суспільства, показником його спроможності до самоорганізації, захисту своїх прав і представлення своїх інтересів.

Мета дослідження: проаналізувати роль бізнес-асоціацій в системі підтримки і розвитку інноваційного підприємництва.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Аналіз літератури з проблеми та власний практичний досвід дозволили визначити наступне. *Бізнес-асоціації* – це:

- реальна можливість взаємовигідної корпоративної співпраці однодумців та колег на чисто прагматичних засадах;
- спільне вирішення багатьох проблем, з якими підприємець знаходиться один на один;
- можливість власними руками формувати сприятливі умови для успішного вирішення проблем економічного розвитку.

На жаль, діяльність бізнес-асоціацій в Україні, не набула такого масштабу, який ми спостерігаємо в багатьох країнах світу.

Численні дослідження, проведені міжнародними організаціями і національними соціологічними центрами свідчать, що основними *причинами*, які стоять на заваді вступу підприємців до підприємницьких об'єднань, є наступні: підприємці не володіють інформацією про відповідні бізнес-асоціації; підприємці не завжди отримують від таких бізнес-асоціацій належну практичну підтримку; бізнес-асоціації не відстоюють чи неефективно відстоюють інтереси своїх членів; підприємці не мають достатнього часу, щоб брати участь в роботі бізнес-асоціацій; підприємців «відштовхують» вимоги щодо сплати членських внесків.

Разом з тим, не зважаючи на перелічені причини, в Україні існують бізнес-асоціації, які: дійсно активно працюють і лобіюють інтереси підприємництва; орієнтовані на своїх членів; надають їм істотну допомогу і суттєву підтримку; намагаються сприяти розвитку підприємництва в тому числі інноваційного, підвищенню його іміджу.

Послуги, що найчастіше надаються бізнес-асоціаціями своїм членам, включають: надання інформації; проведення різноманітних заходів; пошук партнерів, налагодження ділових контактів; доступ до новітніх технологій; пошук фахівців; сприяння просуванню товарів та послуг своїх членів на зовнішніх ринках.

Шляхом активної участі представників бізнес-асоціацій у роботі дорадчих органів, створених при органах виконавчої влади різного рівня, бізнес-асоціації намагаються впливати на рішення, які стосуються підприємництва, беруть участь у підготовці проектів

законодавчо-нормативних актів, їх обговоренні, надають свої зауваження і пропозиції до таких проектів. Тим самим бізнес-асоціації демонструють розуміння того, що набагато краще запропонувати зміни на стадії підготовки окремого проекту нормативного акту, ніж потім намагатися скасувати вже прийняті рішення.

Можна виділити декілька основних *функцій*, які виконують бізнес-асоціації:

- захисна (захист позицій підприємців, їх прав та інтересів);
- представницька (вплив бізнес-асоціацій на державні механізми щодо створення правових основ розвитку підприємництва, визнання його як рушійної сили економічного прогресу);
- консультаційно-освітня, методична (надання інформаційних, консультаційних послуг, організація навчання тощо).

Бізнес-асоціації відіграють важливу роль у підтримці і розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Залучення підприємців до діяльності бізнес-асоціацій вимагає проведення навчальних, просвітницьких, популяризаційних та ін. заходів, а також проведення спеціальних емпіричних економіко-психологічних досліджень.

Блакита Г. В.,

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

Лой А. В.,

аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ

СТАН ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Досвід провідних країн світу показує, що роль держави має важливе місце в інноваційному розвитку. Необхідно враховувати, що у кожній країні є природні інноваційні пріоритети, що не залежать від пропонованих наукових концепцій, що мають довгостроковий стратегічний характер. В Україні з її природними ресурсами є абсолютно очевидні пріоритетні технологічні напрямки, на які має бути спрямована посилена роль держави в частині не лише виділення дотацій, але й реалізації програм інноваційного розвитку, перш за все, здійснення технологічної модернізації виробництв. Однак у більшості сфер упродовж років не відбувалася зміна базових технологій, а використовувався лише ресурсний потенціал [1, с. 310]. Про це свідчить питома вага витрат на НДР у ВВП України, яка становить

0,45% у 2017 р. та 0,47% у 2018 р., в той час як в країнах ЄС цей показник в середньому 2,06% (станом на 2017 рік). Внутрішні витрати на виконання НДР 16773,7 млн. грн., з яких 37,1% становлять бюджетні кошти (рис. 1) [2].



Рис. 1. Розподіл фінансування внутрішніх витрат на виконання НДР за джерелами фінансування у 2018 році, %

Торгівля в Україні не стоїть осторонь таких глобальних тенденцій економічного розвитку, як інновації. Свідченням цього є зростання кількості інноваційно активних підприємств торгівлі на 86%. При цьому загальна кількість підприємств торгівлі зросла лише на 7%. Також, якщо в період 2014–2016 рр. частка інноваційно активних підприємств торгівлі серед загальної кількості підприємств торгівлі була 17,3%, то в період 2016–2018 рр. вона зросла до 30,1%, а в складі всіх інноваційно активних підприємств підприємства торгівлі, які впроваджують інновацій в цей період становлять 26,6%. Загалом, частка інноваційно активних підприємств в Україні на кінець 2018 року становить 16,4%, що лише на 0,2% більше ніж в 2017 році, але на 2,5% менше, ніж у 2016 р.

Разом із зростанням інноваційно активних торговельних підприємств за останні роки змінилась і структура видів інновацій, що впроваджуються на підприємствах. Якщо на кінець 2016 року підприємства з технологічними (продуктовими та/або процесовими) інноваціями становили 51,3%, то на кінець 2018 року їх кількість зменшилась на 44% і тепер їх частка в структурі інноваційно активних підприємств торгівлі складає лише 15,3%, тобто на 36% менше, ніж в 2016 р. Це пов'язано із зростанням кількості підприємств з нетехнологічними (маркетинговими та/або організаційними) інноваціями. На кінець 2018 року це 1842 підприємства, що складають 84,7% від загальної кількості інноваційно активних підприємств торгівлі. Це ніж втричі більше, ніж в 2016 р. Також варто

відзначити зміну структури витрат на інновації за досліджуваний період (рис. 2) [2]. Хоча частка деяких витрат сильно змінилась, проте залишається незмінним переважання витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення.

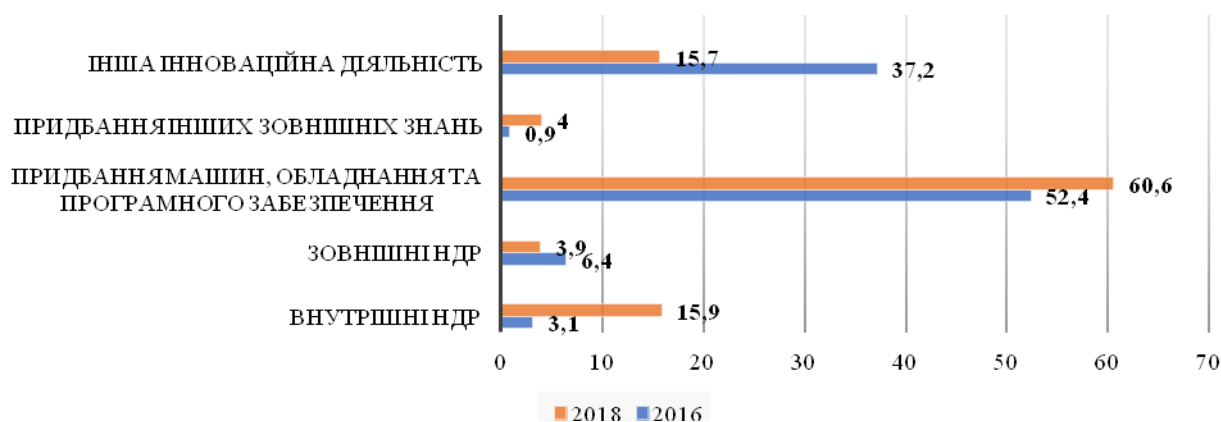


Рис. 2. Частка витрат на інновації підприємств за напрямками інноваційної діяльності за видами економічної діяльності, %

Про розвиток інноваційного потенціалу України також свідчить і підвищення її позицій у Глобальному рейтингу інновацій (Global Innovation Index). Якщо в 2016 р. Україна посідала 56 місце, то в 2018 вже займає 43 серед 129 країн. Проте за даними 2019 року Україна втратила 4 позиції і займає 47 місце. Отже, стан інноваційного потенціалу як підприємств торгівлі, так і України загалом, є задовільним, але необхідно підвищувати інноваційну активність підприємств, що в свою чергу забезпечить посилення позицій України на світовій арені.

Список використаних джерел

1. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.] ; за заг. ред. С. А. Давимуки ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». – Львів, 2016. – 432 с
2. Наукова та інноваційна діяльність України за 2018 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf
3. The Global Innovation Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#reports>

ТЕХНОЛОГІЯ AGILE В ФОРМУВАННІ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ГОТЕЛЬНОГО БРЕНДА

Сфера гостинності сьогодні характеризується високим ступенем креативності, що дозволяє підтримувати конкурентоспроможність та бути клієнтоорієнтованим. При цьому, прикладами успішного бізнесу є ті готелі, що оперують інструментами популяризації своїх переваг та розвивають власний бренд, монетизуючи відомість.

Створюючи та розвиваючи бренд готель спирається на комплексності категорії. Готельний бренд є переважно психологічним атрибутом та сумою ментальних зв'язків між клієнтами та готелем, що формуються під впливом культури та міфології бренда. З іншого боку, готельний бренд композиційно доповнюється репутаційними активаторами: фінансовою, соціальною, екологічною відповідальністю, матеріально-технічним забезпеченням, якістю послуг та обслуговування, маркетинговою активністю в розвитку відносин з клієнтами та стейкхолдерами тощо (рис. 1).

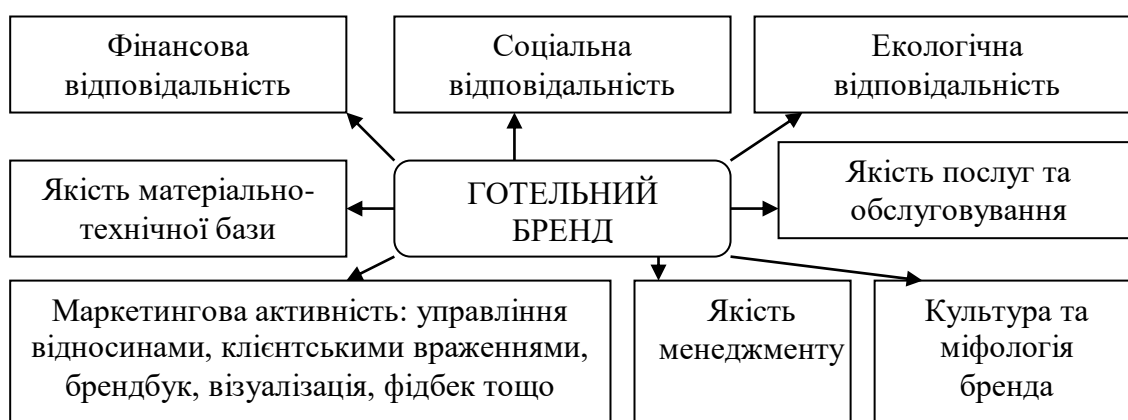


Рис. 1. Архітектура готельного бренда [розробка автора]

При позиціонуванні готельного бренду важливим є все: концепція закладу, місце розташування, екстер'єрно-інтер'єрні рішення приміщень, асортимент і якість готельних послуг, рівень якості менеджменту готелю та маркетингу відносин тощо. Ці аспекти потребують візуалізації, аргументації та імплементації. В умовах невизначеності вітчизняного середовища, швидкої динаміки проривних інновацій та змін клієнтських вподобань класичні методи планування не спрацьовують. Тому готельному бізнесу, що характеризується складністю бізнес-процесів та значним терміном окупності інвес-

тицій, важко розробляти і розгортати стратегію розвитку. У таких ситуаціях доцільно шукати гнучкі методи управління, які дозволяють швидко апробувати перспективні варіанти та обирати життєздатні.

Найбільш поширеною методологією гнучкого управління є Agile – система підходів і цінностей, на якій будуються гнучкі методології управління бізнес-процесами та бізнес-форматами [1]. Agile поєднує гнучкі системи – Scrum (продуктові розробки) та Kanban (дослідження, експертизи та координації бізнес-процесів та бізнес-форматів). Таким чином, основний принцип методології полягає в пріоритетності ступеня задоволення клієнта через фідбек.

В процесі управління успішністю клієнтоорієнтованого бренда варто сформувані наступні цінності та принципи Agile [2]:

- орієнтація на клієнта (User Story Map), що є передумовою гнучкості;
- побудова Value Stream Map (карти потоку цінностей);
- формування гнучкої організаційної структури та ініціювання лідерства;
- моніторинг зон ризику впровадження методології Agile: прогнозування, оцінка та бюджетування;
- забезпечення крос-функціонального фідбеку з клієнтами, персоналом та стейкхолдерами;
- формування відповідальності та управління брендингом.

Окрему увагу варто приділити ролі лідера в гнучкій організації брендингу, адже бренд лідера посилює бренд готелю. В методології Agile лідер повинен використовувати наступні інструменти: чітка комунікація, командний брифінг, фасилітація (управління груповою динамікою), коучинг, командний фідбек, медіація (управління складними ситуаціями в команді), мотивація персоналу. Це дозволить підвищити ефективність та гнучкість менеджменту готелю, сприятиме корпоративній культурі та позитивно відобразиться на корпоративному бренді готелю.

Список використаних джерел

1. Agile для не-ІТ: 4 галузі, які вже застосовують нестандартні підходи / Fund Media// Електронний ресурс – Режим доступу: <https://kfund-media.com/agile-dlya-ne-it-4-galuzi-yaki-vzhe-zastoso-vuyut-nestandardni-pidhody/>
2. Методы гибкого управления Agile (Scrum) / TOT Центр бизнес-технологий // Електронний ресурс – Режим доступу: <https://tot.com.ua/product/metody-gibkogo-upravleniya-agile-scrum/>

Босовська М.В.,
д.е.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ,
Бойко М.Г.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного
бізнесу КНТЕУ,
Ведмідь Н.І.,
д.е.н., професор, декан факультету ресторанно-готельного та
туристичного бізнесу КНТЕУ

ДРАЙВЕРИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МІСЕ-ІНДУСТРІЇ 4.0

Міжнародна асоціація конгресів і з'їздів (ІССА), визначила, що щорічно у світі організується понад 40 млн. івентивних заходів різних форматів та масштабів, які відвідують понад 2 млрд. учасників. Світовий ринок послуг івент-індустрії оцінюється в 1154 млрд. дол. В рейтингу ІССА за активністю організації івентивних заходів стали країни: США (витрати на івентивні заходи в 2017 році – 300 млрд. дол., а надходження – 0,8 % ВВП країни, зайвість в івент-індустрії – 1% населення), Китай, Німеччина. Великобританія, Франція та Іспанія.

Україна має потужний потенціал для розвитку івентивного туризму, формування МІСЕ-індустрії та організації івентивних заходів, що сприятиме збільшенню кількості споживачів туристичних послуг, активізації підприємницьких ініціатив у сфері гостинності, формуванню позитивного туристичного іміджу та туристичного бренду дестинацій, забезпечує консолідації зусиль бізнесу та влади щодо розвитку туристичних регіонів, сприяє залученню інвестицій, генерує створення додаткових робочих місць.

Тому сьогодні постає актуальне завдання щодо необхідності вдосконалення технологій організації подієвих заходів – івентів, формування системи ефективної їх організації – подієвого менеджменту, розвиток івент-індустрії (МІСЕ-індустрії) та визначення драйверів активізації розвитку івентивного туризму [2-6].

Драйверами розвитку івентивного туризму мають стати:

– штучний інтелект – можливості для швидкої організації подій, підвищення доступності івентів, технічні та технологічні рішення щодо забезпечення сервісу та реалізації забезпечуючих та управлінських процесів;

– діджиталізація – поширення Інтернету та мобільного Інтернету, технології «digital twin», інтеграція онлайн- та офлайн технік, світлові

проекції та 3D-маппінг, 3D-8D-sycnfhkzws] – можливості для формування конкурентних переваг та створення wow-ефекту для споживача;

– персоналізація івентивних послуг – формування інформаційних платформ для вивчення попиту кожного гостя та максимального задоволення його потреб через створення індивідуальних івент-пропозицій;

– екологія та сталість – задоволення високо екологічних очікувань усіх учасників – споживачів, організаторів, суб'єктів бізнесу; реалізація цілей сталого розвитку, застосування екологічних політик та стратегій в івент-менеджменті;

– компенсація глобального прогресу – формування платформ для комунікацій, обміну досвідом, формування ділових зв'язків на протипагу трендам діджитал-технологій;

– економіка вражень та емоційний інтелект – концепти, що визначають поведінку споживача, а саме формування вмінь ділитися враженнями та емоціями, пізнавати, навчатись та розвиватись; пропаганда культурних та міжособистісних цінностей;

– інклюзія – створення умов для участі в івентивних заходах людей з інклюзивними потребами;

– високотехнологічні розробки – технології віртуальної реальності, хмарні технології, великі бази даних (Big Data) , що потребує адаптації діяльності івент-компаній до технологічних викликів та впровадження інноваційних рішень в практику івентивної індустрії.

Активізація розвитку івентивного туризму забезпечить:

– формування та просування нових туристичних продуктів;

– привернення уваги споживачів, інвесторів, громадськості до події, регіону, компанії;

– налагодження зв'язків з різними аудиторіями та стейкхолдерами;

– залучення потенційних клієнтів і партнерів;

– формування комунікативних платформ у сфері туризму;

– налагодження взаємодії зі ЗМІ;

– створення додаткової мотивації для персоналу та партнерів;

– розвиток соціальної відповідальності;

– отримання доходів, залучення інвестицій.

Івент як захід забезпечує досягнення таких цілей як:

– отримання фінансових та економічних результатів, диверсифікація туристичної діяльності (надходження від реалізації у межах заходу товарів та послуг, продаж вхідних квитків);

- комунікативний вплив на окремі споживчі сегменти (інформування);
- інформування про об'єкт (залучення уваги влади, інвесторів, спонсорів, бізнесу, громадськості до заходу);
- синергетичні вигоди (розвиток регіону, формування іміджу, брегду, стратегічна співпраця економічних суб'єктів та влади у межах реалізації заходу);
- вагомий чинник зростання економіки, формування економіки вражень, просування комплексного туристичного продукту на світовий ринок послуг.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міжнародної асоціації конгресів і з'їздів (ICCA). Режим доступу: <https://www.iccaworld.org/npps/story.cfm?nppage=2204621>
2. Goldblatt, J. (2002). *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management*. New York: John Wiley & Sons, Inc. 90
3. Matthews D. *Special event production //Elsevier's Science, Burlington*. – 2008. – 92
4. Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.-91
5. Helme M. (2006). *Event Management Tips and Guidance for Success*, available at: <http://www.agence-erasmus.fr/docs/Event-management-tips-and-guidance-for-success-Leo-Ecotec.pdf>.
6. Damm, S. 2011. *Event Management: How to Apply Best Practices to Small Scale Events*. Hamburg: Diploma Verlag

Butova Tetiana,
post-graduate student of the department of economics and business finance
Kyiv National University of Trade and Economics

A PROACTIVE APPROACH TO FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT OF TRADE ENTERPRISES

In financial science, it is necessary to be especially careful when relying on estimates, since even minor mistakes can lead to massive losses. Therefore, a proactive approach in managing financial security of an enterprise should be based not only on cognitive predictions but on the real signs of the onset of threats as well. Moreover, they should be identified at the earliest possible stages in order to have time to study and formulate

countermeasures of their development and implementation. I. Ansoff called such threats «weak signals» and considered them to be the precursors of possible strategic changes [1, p. 53-57], which in our case, could lead not only to undesirable fluctuations in the financial condition of the enterprise, but also to the emergence of the tendency of its permanent instability.

As a rule, the evaluation of the management of any object is based on an analysis of the effects of management actions. This gives an opportunity to evaluate their effectiveness and to determine how successful and effective the decisions and the process of their implementation were. Given the special importance of financial security for the very existence of an enterprise and the trade-specific dynamic of changes in financial condition, the assessment of financial security management cannot be based on traditional simplified approaches. In addition, the subject of analysis should not only be quantitative changes in the levels of financial security and security factors, it is intended to carry out a comprehensive assessment of the sufficiency of the financial security of the enterprise, taking into account the emergence of new threats that could significantly affect the financial condition of the enterprise in the future. According to the results of such analysis, the management of the enterprise should be able to understand the level of adequacy of the existing financial security system for internal and external challenges, diagnose its weaknesses and identify the elements that need adjustment.

The process of diagnosing financial security management should be based on a methodological toolkit that will identify potential threats and evaluate the effectiveness of interrelated past and current management actions, given the available signs of initiating implementation of those threats. It is a matter of special analytical attention to the identified primary signs of the threat, which will, on the one hand, identify the real threat at an early stage of its implementation and have time for an adequate response; on the other hand, it will not waste management resources on threats, most of which are seeming. In this case, the company will not be wasting money and efforts on unnecessary counteraction.

Therefore, the basis of a proactive approach to diagnosing financial security management is the principle of combining the assessment characteristics of the management of the interdependent security indicators in the base and current period, which will allow to obtain a comparative dynamic management characteristic of the performance parameters, differentiated in time. The results of such an analysis will testify to the effectiveness of current management efforts in comparison with previous

periods and will serve as a basis for deciding whether to support them or to adjust them. From the above it follows that the objects of study should be:

- not separate indicators of security but processes of interaction of dependent indicators;
- static and dynamic levels of interdependent indicators, which will allow to compare management actions in different times and give them an appropriate assessment;
- primary signs of manifestation of real threats reflected in interdependent indicator values.

Focusing on the interaction of dependent indicators reveals the level of influence of a factor indicator on its aggregate dependent variety. Generally, the combination of the parametric characteristics of such indicators in statics and dynamics is of greatest interest, which allows us to find out how the change in the factor indicator affected / affects the dependent one. Sometimes environmental conditions and managerial actions adjust the objective process of influence of a factor indicator; as a result, the dependent indicator for some time may remain unchanged.

A thorough analysis of the state and dynamics of these indicators serves as an information base for identifying the primary signs of real threats, which are dissonant deviations of interdependent indicators of the financial condition of the enterprise.

References

1. Ansoff I. (1989), *Strategichnyi menedgment* [Strategic management], Ekonomika, Moskva, Russia.

Вавдійчик І.М.,

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

Сабадин Є.Г.,

студентка 2 курсу ФТМ 9 гр. КНТЕУ

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Останнім часом конкурентоспроможність на ринку все більше залежить від впровадження інновацій у діяльність підприємств. Інноваційна сфера є однією з складових економічного розвитку, яка здатна миттєво реагувати на дію зовнішніх та внутрішніх факторів впливу.

Отже, для забезпечення інноваційного розвитку в межах національної економіки слід сформувавши відповідну модель, яка є сукупністю стратегічних намірів, механізмів і методів взаємодії та інструментів мотивації для досягнення економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності тощо [1].

Інновації – це діяльність, спрямована на використання результатів нових ідей, нових розробок та наукових досліджень, яка зумовлює появу на внутрішньому, зовнішньому ринках нової конкурентоздатної та конкурентоспроможної продукції. Сучасні науковці визначають інновації як впровадження у практику, здійснення та використання нової ідеї, пропозиції, науково-технічного рішення, із залученням людей до їх реалізації [2].

Більшість учених схиляється до визначення інновації як до процесу, що призводить до появи чогось нового – новації, тобто будь якого соціального або економічного нововведення, яке ще не отримало загальнодоступного поширення у галузі праці, виробництва й управління [3].

Місце країни в глобальній економіці залежить від рівня розвитку вітчизняної науки і технологій. Україна у міжнародних рейтингах займає низькі позиції, що свідчить про низький рівень впровадження інновацій. Одним із вагомих індикаторів впровадження інновацій є глобальний індекс інновацій. Індекс враховує умови для відкриття та розвитку нового бізнесу, податкову політику в країні, якість університетської освіти, доступність макрофінансування та венчурного капіталу.

Незважаючи на той факт, що за останні чотири роки рейтинг України, зокрема, у глобальному індексі інновацій покращився на 21 пункт (Україна у 2018 році посідає 43 місце порівняно з 64 місцем у 2015 році), її позиція все рівно залишається низькою.

Погіршилась позиція України у рейтингу Глобального інноваційного індексу Bloomberg: відповідно до рейтингу у 2018 році Україна втратила порівняно з 2015 роком 13 позицій, що відповідає 46 місцю.

Сучасними тенденціями іноваційного розвитку України є недостатній рівень фінансування науково-технічних робіт; слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій; зниження експорту та зростання імпорту наукоємних товарів; слабкий рівень інформатизації інноваційної сфери; повільний розвиток ефективних форм інноваційної діяльності [4].

За даними Державного комітету статистики у 2018 році обсяг витрат на інновації промислових підприємств становив 12180,1 тис. грн і був суттєво нижчим за його значення у 2015 році, яке становило 13813,7 тис. грн. Динаміка фінансування має нестійкий характер і не може вважатися фундаментом для розвитку інноваційної діяльності.

Найбільшу питому вагу за напрямками інновацій становлять витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, які займають від 68% до 85%. Витрати на дослідження і розробки займають від 10% до 24% від загального обсягу витрат.

У системі фінансового управління інноваційним розвитком підприємств одним з актуальних завдань є ідентифікація та класифікація джерел фінансування цього розвитку. Однією з причин стримування інноваційного розвитку підприємств є недостатність його фінансування з різних джерел.

Тому актуальним є пошук додаткових форм і джерел фінансування, підтримки оптимальної структури фінансових ресурсів та ефективне їх використання.

Список використаних джерел

1. Маслак О.О. Безпека інноваційного розвитку промисловості як складова національної безпеки країни. Бізнес-інформ №7. 2014.
2. Ткачук О.М. Сучасний стан розвитку інноваційного підприємництва. Вісник Хмельницького національного університету 2016. № 2. Т1. С. 111–116 с.
3. Касич А.О. Інноваційна продукція як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств України / А.О. Касич, М.В. Назарова, Т.А. Климович // Держава та регіони. 2008. № 2. С. 66–69.
4. Сухоруков А.І., Олейніков О.О. // Науково-технологічний потенціал та інноваційна безпека України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://inventture.com.ua/main/analytics/security/ invsecurity](http://inventture.com.ua/main/analytics/security/invsecurity)

ІНТЕРНЕТ-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ У ФІНАНСОВІЙ ЕКОСИСТЕМІ

В умовах посилення процесів впровадження інструментів фінансових технологій учасниками ринку фінансових послуг спостерігається значна трансформація його інституційного середовища. Зокрема, нині все більшої популярності серед інвесторів набуває користування послугами роботів-консультантів при управлінні своїми інвестиційними портфелями.

Інтернет-інвестиційні платформи виникли у 2008 р. Обсяг їх послуг почав помітно розширюватися з 2010 р. і вони стали повноправними учасниками фінансової екосистеми, під якою розуміють сукупність традиційних фінансових посередників, FinTech-компаній, FinTech-стартапів, інкубаторів, акселераторів, регуляторів, суб'єктів господарювання, фізичних осіб, державних фінансових інститутів, освітніх закладів, які взаємодіють на основі застосування інструментів фінансових технологій, що забезпечує максимальну інклюзивність споживачів на ринку фінансових послуг та прозорість державних фінансів [1, с. 95]. Послуги робото-консультантів на ринку інвестиційних послуг мають великий попит серед міленіалів та покоління X [2]. У складі інвестиційних портфелів, що пропонують робото-консультанти, слід виокремити акції, облігації, нерухомість, природні ресурси та товари [2]. Інвестиційний робото-консультант – це автоматизований інтернет-сервіс управління інвестиціями клієнта, підґрунтям функціонування якого є такі інструменти фінансових технологій як штучний інтелект та великі дані. Під *FinTech* розуміють інноваційні технології, які використовуються фінансовими інститутами, органами державного управління, торговельними організаціями для задоволення потреб споживачів фінансових, адміністративних послуг та товарів в умовах розвитку економіки споживання [3, с. 8]. Для отримання послуги з управління активами клієнт відкриває обліковий запис та заповнює онлайн-анкету щодо своїх інвестиційних цілей та толерантності до ризику. На основі цієї інформації автоматично формується портфель диверсифікованих інвестицій, який враховує не весь спектр індивідуальних потреб клієнта, а, зазвичай, розрахований на певний сегмент клієнтів з подібними анкетами. Крім операцій із інвестування згідно із певною схильністю клієнта до певного рівня ризику, робото-консультанти можуть також

надавати послуги щодо збалансування рахунку, інвестування з метою оптимізації оподаткування інвестицій та здійснення цільових інвестицій на випадок виходу на пенсію, навчання дітей чи власну освіту. Якщо плата за послуги у більшості фінансових консультантів становить понад 1% активів, що надаються в управління, то у інтернет-інвестиційних платформах становить 0–0,89% [4] або фіксовану щомісячну суму.

Перевагами користування інвестиційними послугами роботоконсультантів є: простота доступу до послуги; мінімальний розмір інвестиційних активів, необхідних для отримання доступу до послуги; висока швидкість здійснення угод; низька вартість послуг; відсутність поведінкових упереджень при наданні консультацій. До недоліків функціонування інтернет-інвестиційних платформ належать: неповна оцінка індивідуальних потреб та ризиків клієнта; відсутність довгострокових фінансових планів; низька придатність для інвесторів, що мають кілька інвестиційних рахунків. Серед загроз для клієнтів варто виокремити: нераціональне прийняття остаточних інвестиційних рішень клієнтом; неврахування при складанні інвестиційного плану конкретної цілі інвестування. Можливостями розвитку інтернет-інвестиційних платформ є інвестування клієнтів у диверсифікований портфель; функціонування гібридних платформ, що пропонують роботоконсультантів із доступом за певних умов до сертифікованих інвестиційних консультантів.

Нині функціонування інвестиційних роботоконсультантів для України є позитивним зарубіжним досвідом.

Список використаних джерел

1. Volosovych S., Baraniyk Yu. Blockchain technology in the financial ecosystem. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*. 2019. 6. P. 93-104.
2. Spann S. Investing for Retirement Through Robo-Advisors. URL:<https://www.thebalance.com/investing-for-retirement-through-robo-advisors-4144787>.
3. Мазаракі А., Волосович С. FinTech у системі суспільних трансформацій. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 2. С. 5–18.
4. Friedberg B. What Robo-Advisors Can Do Better (and Worse) Than Financial Advisors. URL:<https://www.thebalance.com/what-robo-advisors-do-better-than-financial-advisors-4154903>.

СПЕЦІАЛЬНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ОПЕРАЦІЇ НА СУБ'ЄКТ, ЩО УХВАЛЮЄ РІШЕННЯ

Сценарний підхід є одним із найпоширеніших методів досліджень сучасної науки. Його основою є уявлення про детермінованість майбутнього системи сучасним. Сценарний підхід дозволяє адекватно формулювати думки фахівців щодо прогнозування перебігу подій у складних системах.

Традиційно під поняттям суб'єкт, який ухвалює рішення, розуміють:

- особу, яка ухвалює рішення;
- компактні структури, які ухвалюють рішення (адміністрації, штаби, комісії тощо);
- розподілені структури, що ухвалюють рішення.

Операції, спрямовані проти осіб, які ухвалюють рішення (ОУР) можна розділити на два типи:

Контактні операції, які базуються на ідеї підведення агентів до ОУР, через які і реалізується вплив на прийняття рішення. Подібні операції відносяться до класичних методів спецслужб.

Позаконтактні, які базуються на ідеї опосередкованого впливу на ОУР [1].

Для планування і здійснення цих операцій враховують, що навіть суб'єкти ухвалення рішень другого типу, не кажучи вже про третій, мають деяку структуру і «живуть своїм внутрішнім життям», тобто є соціальним «організмом». Тому в даному випадку досліджують внутрішні взаємозв'язки та стосунки в організації і на основі цього реалізують операцію. Зокрема, дуже важливо з'ясувати неформальну структуру, порядок ухвалення рішень, наявність ворогуючих або конфліктуючих партій (фракцій) тощо. Одним з методів врахування подібних характеристик є розробка структурно-інформаційних карт організації.

Об'єктом описуваного сценарію має бути особа, бажано авторитарного складу, яка є не ритуальним, а справжнім лідером, може особисто ухвалювати рішення, і у кризових ситуаціях звикла спиратися на власні відчуття, а не на поради експертів.

Етапи операції за цим сценарієм:

- на підготовчому етапі створюється політичний і психологічний портрет об'єкта, на який буде спрямовано операцію;

– другий етап покликаний вивести об'єкт зі стану психологічної рівноваги. Для цього необхідно викликати в об'єкта будь-які сильні емоції. Залежно від цілей кампанії і психологічних характеристик об'єкта це може бути гнів, роздратування, розслабленість, самозаспокоєння, неспокій тощо. Класичними методами дій на цьому етапі є використання дратівливих карикатур, наклепницьких статей та інших подібних матеріалів;

– послабивши, а в ідеалі пригнітивши або вимкнувши, раціональну складову свідомості об'єкта впливу, на третьому етапі в свідомість реципієнта намагаються вкласти вже готові рішення, за витонченіших підходів – бачення, оцінки ситуації;

– завдання четвертого етапу – закріплення досягнутих результатів, поступовий вихід з операції. Залежно від психологічних характеристик об'єкта для закріплення можна використовувати широкий спектр дій, починаючи з похвали [2].

Подібні операції найчастіше здійснюються з метою послаблення позицій або, якщо це можливо, «усунення» опонентів перед початком операції з дестабілізації. Зміст поняття «компрометуючий матеріал» істотно залежить від національних, історичних та інших умов.

Список використаних джерел

1. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька; ред.-упор.: О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.
2. Шило С.Г. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. / С.Г. Шило, Г.В. Щербак, К.В. Огурцова.–Харків: ХНЕУ, 2013. – 219 с.

Ганджа В.С., Аніч О.В., Михед О.В.,
Київський національний торговельно-економічний університет,
науковий керівник Дараганова Н. В.,
д.ю.н., доц., професор кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права

ОХОРОНА ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЛІТЕРАТУРНИЙ, ХУДОЖНІЙ ТА ІНШИЙ ТВІР

Першоосновою розвитку будь-якого суспільства є результати інтелектуальної діяльності людини, які стали об'єктами економічного обігу. Навіть інформація набула певної економічної цінності, адже

вона є виробничим продуктом засобів масової інформації. Тому в умовах сучасності питання, які пов'язані з правом інтелектуальної власності на літературний художній та інший твір залишаються актуальними. Адже законодавство України про інтелектуальну власність досить молоде і є питання, що не врегульовані належним чином. Наприклад, не всі літературні твори є охоронюваними, а лише ті, які відповідають умовам авторсько-правової охорони.

У наш час літературний твір значно відрізняється від інших видів творів, а саме своєю неоднозначністю та унікальністю. В свою чергу, література – це своєрідне мистецтво слова, яке полягає в тому, що кожен висловлюється так як він це бачить та відчуває. З цього слідує, що слово є своєрідним підґрунтям(матеріалом) для прояву творчості. Таким чином, літературний твір стає результатом творчої праці автора, який використовує цей всеохоплюючий матеріал.

Авторське право, безпосередньо, визнається за будь-яким твором у галузі мистецтва, літератури, науки незалежно від форми або ж художньої цінності.

Варто зазначити, що літературний чи художній твір визнається об'єктом авторського права, якщо він безпосередньо має певну об'єктивну форму, створену на підставі творчої діяльності автора.

Об'єктивна форма, як одна з найголовніших вимог щодо написання літературного чи художнього твору, знайшла своє відображення також у законах про авторське право європейських країн, а саме в ст.3 Закону Великобританії «Про авторське право, промислові зразки і патенти» [1, с. 45].

Серед науковців поширена думка, що творчість – це осередок здійсненої праці, який приводить до появи оригінального твору. В суспільстві «ходить думка», що твір повинен бути обов'язково новим, проте новизна не є необхідною ознакою, достатньо лише того, щоб він був оригінальним та індивідуальним за своїм змістом, тобто підкреслював характер автора, іншими словами відображав його особистість. Аналізуючи вище сказане, ми погоджуємося с думкою Д. Ліпчика, що оригінальність з позицій авторського права полягає у творчому й індивідуалізованому способі вираження твору, якою б незначною не була частка творчого вкладу [2, с. 26].

Поняття «літературний та художній твір» є недостатньо дослідженими в наш час, проте часто в юридичній літературі ми знаходимо різні пояснення щодо їх тлумачення, надані певними науковцями. Авторсько-правова охорона поширюється, в свою чергу, тільки на форму вираження твору і не поширюється на будь-які ідеї, принципи, відкриття.

Правовою базою системи авторського права авторського права є Конституція України, у якій сформовані загальні принципи, що відображаються та деталізуються в галузевих нормативно-правових актах. До таких належать закони України: «Про авторське право і суміжні права», «Про інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення відповідальності за порушення прав на об'єкти права інтелектуальної власності» та ін. [3, с.10].

На жаль, в галузі авторського права існують певні проблеми, а саме між потенційними можливостями і реальним забезпеченням прав і законних інтересів авторів творів науки, літератури чи мистецтва. Найгострішим залишається питання невиплати винагороди авторам, це певним чином завдає моральної та матеріальної шкоди державі та призупиняє розвиток національної культури.

Підводячи підсумки, варто сказати, що саме творчість є основою суспільного прогресу та розвитку. Тому вона потребує забезпечення належного рівня охорони та захисту прав приватними та публічними засобами. Варто відзначити, що система захисту інтелектуальної власності в нашій країні не абсолютно сформована. Однак, міжнародне законодавство було і залишається орієнтиром для національної системи захисту прав інтелектуальної власності.

Саме прийняття Закону України «Про авторське право і суміжні права» стало відправною точкою у процесі інтеграції України до рівня європейського правового поля у сфері захисту інтелектуальних прав та вдосконалення національної системи.

Оскільки ми розуміємо, що недоліки правового регулювання значно знижують ефективність правової регламентації відносин, пов'язаних зі створенням та захистом об'єктів права інтелектуальної власності.

Список використаних джерел

1. Петренко І.В. Правова характеристика літературного твору як об'єкта авторського права. Юридичний вісник. Київ, 2014. С. 40–45.
2. Бенедисюк І.М. Посібник для суддів з інтелектуальної власності. Київ: К.І.С., 2018. С. 26–30.
3. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 11.07.2001 року № 2627-III. Відомості Верховної Ради України. 2001. № 43, с. 214.

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

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Залучення інвестицій та реалізація проектів в реальному секторі економіки є однією з основних задач, яка може бути вирішена шляхом спільних дій держави та бізнесу. Важливим етапом впровадження інвестиційного проекту є його економічний (фінансово-економічний) аналіз ефективності. Аналіз економічної ефективності проекту повинен проводитися на усіх стадіях життєвого циклу і необхідний як для прийняття рішень про доцільність реалізації проекту, так і для контролю відповідності фактичного ефекту запланованому.

Для інвестиційних проектів, в яких бере участь держава, практика проектного аналізу передбачає використання понять суспільної, бюджетної, регіональної та галузевої ефективності проектів. Ці показники переважно спрямовані на виявлення економічних ефектів: регіональних або загальнодержавних. На практиці усі види ефективності та відповідні показники недостатньо коректно відображають загальні та часткові ефекти проекту, не завжди враховують особливості стадії життєвого циклу, на якій така оцінка проводиться.

Тенденція до гармонізації міжнародних і національних методологій економічних оцінок веде до поступового втілення у вітчизняні методики оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів зарубіжної практики, яка базується на концепції сталого розвитку. Цілі сталого розвитку ООН відкривають для бізнесу можливості отримання грантових коштів на оновлення виробництва, модернізацію, втілення інновацій; доступ до європейських ринків тощо [1]. На сьогодні стійкий розвиток стає необхідною умовою для інвестицій, інновацій та для експортних операцій.

У відповідності до концепції сталого розвитку ефективність будь-якого об'єкта оцінюється з економічної, соціальної та екологічної точок зору відповідним набором індикаторів. Інвестиційний проект також потребує всебічного аналізу, не тільки з економічної точки зору, а й з точки зору його соціальної відповідальності, екологічних характеристик. Головним трендом бізнесу в сучасному світі є призначення, ціль компанії чи проекту (англ. «purpose»), усі рішення в майбутньому будуть відштовхуватися від цих основних цілей та цінностей.

Через швидкі зміни, які відбуваються в зовнішньому та внутрішньому оточенні проекту; в міру проходження проектом окремих етапів, надходження нової інформації про сам об'єкт проектування і зовнішнє економічне середовище, нерідко з'являється необхідність в зміні проектних рішень, їх коректуванні. Тому основними принципами аналізу в нестабільному середовищі стають принципи безперервності та гнучкості, суть яких зводиться до того, що оцінювання проекту стає процесом постійним та безперервним, що дозволяє змінювати рішення та вносити необхідні корективи в проектну діяльність. Рекомендується періодично оцінювати очікувану ефективність продовження реалізації проекту, розглядати нові варіанти та вибирати кращі з них, а за необхідності – виявляти недоцільність продовження проекту як через фінансово-економічні наслідки, так і через можливий негативний соціальний чи екологічний вплив. В таких умовах поряд з точними показниками використовують інтервальні оцінки показників, які наочно дозволяють представити невизначеність вихідних та результуючих параметрів.

Для суспільно значимих проектів оцінка екологічних, соціальних та інших позаекономічних ефектів може проводитися в кількісних показниках – ключових метриках проекту, а в окремих випадках, коли ефекти достатньо суттєві, допускається використання якісного аналізу, який базується на оцінках незалежних кваліфікованих експертів.

Прийняття Указу «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [2], яким владою задекларовано перелік цілей, прийнятих раніше ООН, надання пропозицій на Всесвітньому економічному форумі для іноземних інвесторів, має стати поштовхом до переосмислення та якісних змін в сфері інвестиційної діяльності як для замовників приватного сектору, так і для держави.

Збільшення притоку інвестицій в національну економіку можливе за умови реалізації концесійних інфраструктурних проектів (аеропорти, автошляхи, морські порти). Сприяти залученню інвестицій у соціальну, транспортну, енергетичну сфери, житлово-комунальну інфраструктуру, охорону здоров'я покликаний новий закон України «Про концесії» (2019) [3]. Позитивним зрушенням в цьому напрямку можна вважати передачу в концесію закордонним інвесторам морських портів «Херсон» і «Ольвія». Такий досвід повинен бути масштабований на інші галузі економіки.

Список використаних джерел

1. Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні : сайт. Цілі сталого розвитку 2016-2030. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.
2. Указ Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», № 722/2019 від 30.09.2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019>.
3. Про концесії: Закон України, № 155-ІХ від 03.10.2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-20>.

Герасименко А.Г.,
д.е.н., професор КНТЕУ

КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ МОНОПОЛІЇ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ

Краудфандинг є альтернативним банківській та інвестиційній системам інструментом акумуляції фінансових ресурсів населення на фінансування окремих проектів з використанням інтернет-технологій та за посередництвом краудфандингових платформ. Тільки протягом 2019 року у США та Канаді було акумульовано 17,2 мільярда дол. США з використанням краудфандингових технологій, що на третину більше, ніж протягом попереднього року. Для порівняння протягом 2011 року 452 краудфандингові платформи по всьому світу зібрали 1,5 млрд дол США. До 2030 року очікується зростання світового ринку краудфандингу до 300 мільярдів дол. США [1].

Ця статистика показує, що краудфандинг є міною уповільненої дії для пануючої у ХХ столітті монополії фінансових інститутів. Вона сформувалася у найвужчому місці каналу руху фінансових ресурсів (bottleneck) між дисперсною множиною інвесторів-домогосподарств та не менш дисперсною множиною компаній, що виявляють попит на фінансові ресурси. Масштаби національного, а починаючи з 1980-х років й більш широкого інтернаціонального ринку, що глобалізується, вимагали від таких компаній вливань капіталу, значно більших за бюджети, доступні окремим фізичним чи юридичним особам, не залишаючи їм шансу уникнути звернення до фінансових установ.

Засновник нового бізнесу у ХХ столітті, виходячи за межі гаражного виробництва, вимушений був звертатися до банку за кредитом, інвестиційного, венчурного фонду – за капіталом в обмін на право власності (акції) на новостворену компанію. У першому випадку, зважаючи на високий ризик банкрутства, він або зовсім не отримував кредит, або отримував його під величезні відсотки. У другому – втрачав повноту контролю над власним бізнесом.

Уникнути цих негативних ефектів, відмовитися від посередництва фінансових компаній у справі формування / збільшення капіталу компанії раніше було неможливо, але вже на початку 2000-х років краудфандингова технологія це змінила. Тільки у 2019 році майже 1,5 мільярди краудфандингових проектів отримали фінансування поза межами традиційних фінансових систем світу, зібравши в середньому по 28,6 тис.дол США [1]. Не банкіри на Wall Street приймали рішення щодо їх фінансування, а кожен окремих інвестор – вкладаючи власні кошти у проект, що викликав його інтерес і довіру.

Варто погодитися з А. Фоменко, який зазначає, що краудфандинг не є панацеєю для бізнесу і не зможе замінити інвестора, його знання ринку, зв'язків і контактів [2, с.95]. Більше того, ми вважаємо, що інвестиційний банкінг не сьогодні-завтра вийде на ринок краудфандингу і встановить на ньому своє домінування з боку пропозиції акумульованих ними традиційним способом ресурсів, втім він не зможе монополізувати ринок повністю, залишаючи достатню нішу для незалежних гравців. Сучасні інформаційно-телекомунікаційні технології, які дозволяють трансформувати соціальний капітал у фінансовий, наприклад, за посередництвом соціальних мереж, є достатніми для ефективного функціонування цієї ніші з технічної та інформаційної точки зору, а поява монопольної маржі на множині диференційованих ринків робочої сили в умовах відмови від надмірного споживання – з економічної точки зору, забезпечуючи відповідному механізму пальне у вигляді заощаджень.

Таким чином, поширення краудфандингу формує у світовій економіці свого роду запобіжник як інвестиційно-банківській монополії, так і обумовленим нею зловживанням, що виступили каталізаторами фінансово-економічної кризи 2008–2009 років. Р2Р взаємодія між попитом і пропозицією капіталу, навіть реалізуючись в окремій частині, а не на всьому ринку фінансових послуг, критично знижує його концентрацію. Збільшення дисперсності фінансового ринку шляхом використання інструментарію краудфандингу убезпечує економіку від повторення сценарію кризи 2008–2009 років, особливо

в умовах відсутності адекватних змін в регулюванні фінансового сектору.

Список використаних джерел

1. Shepherd M. Crowdfunding Statistics (2020): Market Size and Growth. Fundera. February 3, 2020. URL: <https://www.fundera.com/resources/crowdfunding-statistics>
2. Фоменко О.А. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу, 2013. № 3 (23). С. 93-96.

Гопкало Л.М.,

к е н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Останнім часом до України приїжджає досить багато туристів і гостей низької та середньої цінової категорії. Цьому сприяють і лоукости, і відкриття кордонів з Євросоюзом, і зростання впізнаваності бренду країни на міжнародній арені, що сприяє пошуку креативних ідей організації готелів.

Інноваційні технології в готельному бізнесі стрімко розвиваються. Це пов'язано з тим, що перед готельними підприємствами стоять два основні завдання: отримати більше клієнтів і зробити їх постійними відвідувачами. Це можна здійснити шляхом модернізації технологій, пошуку креативних ідей.

Дорогі претензійні номери в готелях високих категорій поступово стають рудиментом і пережитком бізнесменів кінця дев'яностих – початку нульових. На противагу все частіше з'являються підприємства, що пропонують комфортні умови за невисоку ціну, що включають інноваційні технології.

Так, наприклад, у Данії відкрили незвичайний готель в портовому краї, у Швеції – орендувати ліжко в літакові, а в Перу – поселитися на скелі над 100-метровою прірвою. У 2019 році у м. Києві з'явився перший капсульний готель «А-ХОСТЕЛ», а в 2020 році з'явився ще один з креативною концепцією капсульний готель «Monotel» [1, 2].



Рис. 1. Капсули в готелі «Monotel», м. Київ [2]

Інноваційний підхід організації перебування туристів у окремих капсулах вперше був впроваджений в Японії. Ідея першого готелю належить японському підприємцю і архітекторові Кісі Курокаві. Він був відкритий у 1979 році в Осаці і розрахований на бізнес-аудиторію з тривалим і напруженим графіком роботи. Перш за все – це новий досвід. Сервіс, який пропонується в капсульному готелі дуже близький до традиційного готельного. Монокапсула коштує трохи дорожче хостелу, і забезпечує комфортний особистий простір з усіма зручностями. Згодом готелі-капсули стали з'являтися по всьому світу.

В Україні вищезгадані готелі, це перші підприємства, що пропонують туристам унікальну можливість відчувати себе як у космічному кораблі.

Капсульний номер – це особистий вільний простір, який дозволить розслабитися і відчувати себе комфортно [1, 2]. У свою чергу, кожна капсула обладнана всім необхідним: розетки, матраци, постільна білизна, світильники та доступ до безкоштовного інтернету. Кожна капсула обладнана індивідуальними шафами з електронними замками. Капсули розташовуються в два яруси, поруч один з одним. При бажанні можна скористатися шторкою (Blackout) – щоб зберегти свою приватність. Важливо відзначити, що капсули облаштовані просторо, щоб забезпечити достатньо вільного місця. Під час заселення видають комплект, у якому є два рушники, піжама, капці, пульт від телевізора та навушники. З зручностей в капсульних готелях організовано «сайлент сервіс», а саме організовано роздільні душові кабінки та вбиральні, пральня, прасувальна кімната, камера зберігання багажу та цілодобова стійка реєстрації. Клієнти також отримують особистий одяг для сну, взуття та косметичні засоби.

Крім унікальних умов для сну, капсул, готелі впроваджують інноваційні технології в організації спеціальних зон для відпочинку та

спілкування, що сприяє підвищенню попиту серед туристичних груп, а саме в готелях «А-ХОСТЕЛ» та «Monotel» організовано спеціальні лаунж зони та коворкінг-зони.

Враховуючи тенденції розвитку молодіжного туризму та традицій ведення правильного способу життя, готелі пропонують гостям високотехнологічні тренажерні зали, облаштовані сучасними тренажерами та сегментами для рухливих тренувань.

Для гостей готелів-капсул надано цілий ряд безкоштовних послуг, таких як: постільна білизна, шафки з електронними замками, камера зберігання багажу, цілодобова стійка реєстрації, бездротовий інтернет, загальна кухня, щоденне прибирання, душові та ванні кімнати.

Цікаво, що розплатитися в готелях можна криптовалютою.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт телеканалу ТСН [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tsn.ua/kyiv/nova-moda-dlya-turistiv-u-kiyevi-z-yavivsyakapsulniy-gotel-1419453.html>
2. Офіційний інформаційний сайт «Хмарочос» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/27/u-tsentri-kyueva-zapratsyuvav-kapsulnyj-gotel-monotel-foto/>

Григоренко О.М.,

к.т.н., доц., доцент кафедри інженерно-технічних дисциплін КНТЕУ

ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: ВІД НОВИХ КОНЦЕПЦІЙ ПРИ ПРОЄКТУВАННІ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Інновації в сучасному світі ведення бізнесу відіграють дуже важливу роль. Підприємства, що прагнуть здобути переваги на конкурентному ринку, сьогодні як ніколи раніше мають бути зорієнтовані на інновації. Особливу значущість інновації нині відіграють у сфері послуг (зокрема, у готельному бізнесі). Це, передусім, обумовлено новими викликами у процесі розгортання четвертої хвилі глобалізації та активною цифровізацією бізнес-процесів організацій, що надають різного роду послуги.

У цілому інноваційні процеси організацій (у т.ч. тих, що так чи інакше пов'язані з готельним бізнесом) можуть бути спричинені

різноманітними інноваційними змінами [1; 2]. Проте, як показали результати наших досліджень, на даному етапі розвитку готельного бізнесу найбільш пріоритетними є інновації, що дозволяють створити унікальний проєкт готелю, та такі, що скорочують часові, фінансові та ін. витрати на ведення готельного бізнесу внаслідок застосування прогресивних цифрових технологій в системі управління готелем.

Інновації, що спрямовані на створення незвичайних проєктів готелів, зазвичай впроваджують з метою викликати цікавість у потенційних споживачів готельних послуг та сформувати у них реальне бажання на власному досвіді скористатися такими послугами, щоб отримати якісь нові відчуття, побачити щось абсолютно нове. Достатньо часто подібні інноваційні проєкти розташовані у мальовничих або незвичних місцях. Так, наприклад, реалізація нових концепцій та архітектурних рішень була при проєктуванні готельних об'єктів у:

- Німеччині та Нідерландах, де є готелі, що розміщені у стародавніх замках, монастирях і соборах, а також у бочках, на зразок житла Діогена;

- США, Канаді, Венесуелі, Коста-Ріці, де реалізовані проєкти готелів у сніжних будиночках-іглу та будинках, повністю побудованих з льоду, а також в індійських вігвамах;

- Франції, де для облаштування готелів використали підземні бункери, колишні в'язниці, дах музею і т.п.;

- Швеції, де можна знайти готелі, що розміщені у вертольотах;

- Болівії, де унікальні готельні приміщення спроектовані у печерах, дуплах і будиночках на деревах, під водою й у будиночках з кам'яної солі та т.п.

Звичайно наведений вище перелік проєктів унікальних готелів далеко не повний. Постійно з'являються нові ідеї та концепції, що вимагають від проєктувальників неординарних проєктних рішень. Чим більш нестандартною є форма будівлі готелю, тим складніше знайти рішення, що дозволять не тільки зацікавити споживачів готельних послуг, але і створити максимально комфортні та зручні умови для їх проживання та користування іншими послугами готелю. Наприклад, одним з викликів традиційним стандартам у проєктуванні став готель «Huvafen Fushi» (укр. «Острів мрії»), що був відкритий у 2004 р. на острові Накачафуші (Мальдіви). Це перший у світі готель, частина приміщень якого розташована під водою. Фактично він являє собою підводний спа-курорт, що налічує комфортабельні надводні бунгало й бунгало, розташовані на пляжі. Кожен будиночок, що

поєднує стиль мінімалізму та екзотику Мальдівів, обладнаний сучасною технікою, має свій прісноводний басейн; деякі будиночки мають приватні пляжі [3].

Звичайно не тільки унікальні проєктні рішення сприяють інноваційному розвитку готельного бізнесу. У дослідженні Global Center for Digital Business Transformation [4] зазначено, що в найближчі п'ять років цифрова революція витіснить з ринку 40 % компаній, що нині займають позиції лідерів, якщо вони не проведуть цифрової трансформації. Впровадження та використання цифрових технологій сьогодні є однією з конкурентних переваг і на ринку готельних послуг. Про це, зокрема, свідчать нові можливості бронювання у готельному бізнесі, що дозволяють готелям по-новому та більш оперативно просувати свій продукт кінцевим споживачам за допомогою різного роду спеціалізованих сайтів тощо.

Список використаних джерел

1. П'ятницька Г.Т. Інноваційний розвиток організацій: невід'ємні складові та чинники впливу // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 3. С. 76–91.
2. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Мультиваріативність стратегій інноваційного розвитку // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1(96). Економічні науки. С. 22–36.
3. Самые необычные отели мира [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.tournavigator.ru/articles/article/samye-neobychnye-oteli-mira>.
4. Global Center for Digital Business Transformation: офіційний сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.imd.org/dbt/digital-business-transformation/>.

Гринюк Н. А.,

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

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КООПЕРАТИВНОГО БІЗНЕСУ

Саме в умовах глобалізації на перший план виходить соціальна сфера діяльності: прагнення поліпшити якість життя, сприяння справедливому розподілу економічного потенціалу, певною мірою вирішення проблем зайнятості населення.

Невід'ємною складовою багатокладної соціально-орієнтованої ринкової економіки є кооперативний сектор. Визначальною функцією кооперативних організацій є соціальна відповідальність. Слід зазна-

чити, що серед всіх суб'єктів підприємницької діяльності тільки для кооперативних організацій соціальна відповідальність є первісно притаманною рисою, одним із визначальних принципів існування, які в подальшому були закріплені в Декларації про кооперативну ідентичність як добровільний свідомий обов'язок [1].

Світовий кооперативний рух напрацював низку напрямів кооперативної соціальної відповідальності, тобто тих цінностей, за які добровільно бере на себе соціальну відповідальність:

1. Відповідальність за збереження демократії, участі членів кооперативу в управлінні і розподілі доходів, кооперативної власності, ефективного демократичного членського контролю.

2. Відповідальність за збереження фундаментальних кооперативних принципів і цінностей, яка оцінюється на основі ідентифікації кооперативів і їх відповідністю принципам міжнародного кооперативного руху.

3. Соціальна відповідальність як локальна і національна ініціатива, яка проявляється у збільшенні кількості видів кооперації, формуванні кооперативного сектора економіки, розвитку кооперативної моделі господарювання.

4. Соціальна відповідальність за використання людського капіталу, що знаходить своє відображення у створенні пайовикам і працівникам умов для максимальної реалізації їх можливостей, досягнення задоволеністю діяльністю.

5. Соціальна відповідальність за екологічну чистоту і маркування продукції, яка виробляється, закуповується і реалізується кооперативними підприємствами.

6. Соціальна відповідальність за збереження здоров'я людей і оточуючого середовища, яка проявляється шляхом запровадження екологічних і зелених ініціатив.

Серед сукупності видів кооперації найбільш яскравим явищем з точки зору соціальної відповідальності є споживча кооперація, що пов'язано з особливостями її виникнення і функціонування. Організації споживчої кооперації є свідомо керованими соціальними утвореннями з визначеними межами, що функціонують на відносно постійній основі для досягнення спільної мети або цілей.

Особлива роль і значущість споживчої кооперації в реалізації напрямів соціальної відповідальності відображається сукупністю виконуваних нею функцій і, насамперед, соціальної, яка полягає в активізації громадянської позиції окремих осіб і їх залученні до суспільних процесів, виявленні гострих соціальних проблем різних рівнів та залучення для їх вирішення з одного боку, уваги держави і

суспільства, а з іншого – об'єднаних ресурсів і зусиль фізичних і юридичних осіб.

На сьогодні система споживчої кооперації, на нашу думку, має наступні фундаментальні ознаки соціальної відповідальності:

– виступає особливою формою соціально-орієнтованих господарюючих суб'єктів;

– утворює своєрідну соціальну мережу – комунікаційні взаємодії між економічними суб'єктами з координації їх діяльності;

– відображає наявність в ринковій економіці особливого фактора виробництва – спроможності населення до самоорганізації, самоуправління і самодіяльності, яка і реалізується через формування споживчих кооперативів і перетворення їх в соціальну мережу шляхом утворення об'єднань первинних організацій;

– має можливості надавати послуги у сфері, де держава не в змозі повністю враховувати попит на громадські потреби і своєчасно реагувати на його зміни;

– як своєрідна соціальна мережа може бути умовно названою соціальним багатством держави.

Споживча кооперація як некомерційна організація виступає організаційною основою механізму суспільного регулювання, оскільки відображає індивідуальні і групові інтереси людей, розв'язуючи певні проблеми шляхом самоорганізації людей.

Список використаних джерел

1. *International Cooperative Alliance* [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ica.coop/coop/principles.html>

Грицаєнко Я.В., Дмитрович К.С.,

студентки 3 курсу ІІ групи

факультету міжнародної торгівлі та права КНТЕУ.

Науковий керівник Сенченко Л.В, к.ю.н., доцент кафедри адміністративного, фінансового та інформаційного права КНТЕУ

КОНТРАФАКЦІЯ ЯК РІЗНОВИД ПОРУШЕННЯ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Стрімкий розвиток інноваційних суспільних відносин безпосередньо пов'язаний із захистом прав інтелектуальної власності. Адже результати інтелектуальної діяльності є першоосновою прогресивного суспільного розвитку. Питання правового захисту відіграє основоположну роль у сфері реалізації суб'єктивного права на об'єкти

інтелектуальної власності. Одним із найпоширеніших порушень у цій сфері є контрафакція.

У Великому економічному словнику контрафакція (у перекладі з фр. *contrefaçon* – підробка) – ведення справи під чужим ім'ям, незаконне використання чужого патента при виготовленні та продажу товарів, а також незаконне розміщення на своєму товарному знаку зображень, які запозичені із знаків популярних товарів та фірм з метою недобросовісної конкуренції та введення покупців в оману [1]. Контрафакція – це порушення не лише об'єктів авторського права та суміжних прав, а й порушення прав на торговельні марки і навіть винаходи.

Світова спільнота проявляє велику стурбованість стосовно тенденції зростання випадків поширення контрафактної продукції. Існує певна оцінка частки нелегальних контрафактних товарів на світовому ринку, котра становить від 5 до 7% від загального торговельного обороту. Щорічно втрати робочих місць внаслідок названих актів правопорушення становлять 120 тис. доларів у США та 100 тис. доларів – у країнах ЄС [2, с. 66].

Контрафакція є економічним злочином, що прирівнюється до крадіжки. Метою підробників є отримання прибутку шляхом обману споживача, а також несплата податків та інших зборів. У такий спосіб, підробники підривають репутацію дійсного виробника, використовуючи репутацію конкурентноздатного товару, надавши своєму товару ідентичний зовнішній вигляд, що є причиною виникнення змішування на ринку.

Варто зазначити, що за кордоном вже існують певні правові способи вирішення цієї проблеми. Наприклад, стаття 8 (3) Директиви ЄС 2001/29 встановлює для держав-членів правило, що особи, чії права були порушені, мають право вимагати від сайтів-посередників компенсацію [3]. Також існує багато видів інноваційних технологій для повного зупинення чи зниження обсягів незаконного виробництва товарів, до таких відносяться: RFID та NFC ідентифікація, QR-маркування товарів, онлайн трекінг партій товарів, нанесення голограм і так далі.

На національному рівні, на думку виробників, найдієвішим та найпопулярнішим способом захисту своїх прав в Україні є внесення відомостей про права інтелектуальної власності у спеціальний митний реєстр [4]. Також господарське, адміністративне, цивільне та кримінальне судочинство мають певний інструмент для захисту прав законних виробників, проте ці методи неефективно впливають на проблему виготовлення та збуту контрафактної продукції всередині країни, оскільки усувають лише результат неправомірної діяльності, а не причину та наслідки.

Отже, ми вважаємо, що найбільш дієвими способами вирішення даної проблеми може бути: а) боротьба не лише з реалізованою контрафактною продукцією, а й з процесом її виробництва; б) впровадження в дію інтернет-служб, які будуть впливати на онлайн-магазини та слідкувати за обігом контрафактної продукції в Інтернеті; в) кожен товар має бути оснащений ідентифікаційною голограмою, що зареєстрована торговельною маркою на онлайн-реєстрі голограм; г) посилення перевірки та контролю за продажем товарів в Інтернеті: продавець має бути зобов'язаний пройти перевірку через онлайн-реєстр голограм і отримати дозвіл на продаж товару.

Список використаних джерел

1. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. Москва, Книжный мир, 2003. 895 с.
2. Жаров В. М. Шевелева Т. М. Захист прав інтелектуальної власності: норми міжнародного і національного законодавства та їх правозастосування: практ. посібник, Київ: «К.І.С.», 2007. 448 с.
3. Про гармонізацію окремих аспектів авторського права і суміжних прав в інформаційному суспільстві: Директива Європейського Парламенту і Ради 2001/29/ЄС від 22 травня 2001 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/984_005-01
4. Про внесення змін до Митного кодексу України щодо захисту прав інтелектуальної власності під час переміщення товарів через митний кордон України: Закон України за станом на 17 жовтня 2019р. /Верховна Рада України. Київ: Парлам. вид-во, 2019.

Гуляєва Н.М.,

к.е.н., професор кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ,

Бідюк А.М.,

к.е.н., директор Інституту вищої кваліфікації КНТЕУ

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ

У зв'язку із глобалізацією не існує ринку, де б не зростала конкуренція, це ж стосується і ринку освітніх послуг. Для українських закладів вищої освіти все відчутніше став вплив закордонних університетів, у т.ч. дистанційних і корпоративних.

Висококонкурентний ринок потребує від університетів виявлення їх конкурентних переваг, на яких базуватиметься стратегія. Оскільки ринкова орієнтація не є загальною для такого типу органі-

зації, розробка стратегії є достатньо складним процесом. Тому ЗВО окрім виконання соціальної функції повинні розвивати й функції підприємницькі.

З метою утримання конкурентних позицій ЗВО має ретельно оцінювати виклики та загрози зовнішнього середовища, зрозуміти потреби зацікавлених сторін та задовольняти їх потреби, залучати і консолідувати ресурси, реагувати на зовнішні впливи і загрози, вирішувати внутрішні проблеми тощо.

Процес розробки конкурентних стратегій ЗВО повинен враховувати теорії існуючих бізнес-стратегій, використовуючи підхід стратегічного менеджменту, адаптуючи їх до освітнього контексту.

Для виявлення конкурентних переваг ЗВО необхідно виконання тристороннього аналізу:

1. Оцінка впливу факторів, що передбачає: розуміння щодо нових типів ЗВО, що з'являються на ринку (дистанційні, корпоративні тощо); встановлення рівня суперництва серед ЗВО, що безпосередньо конкурують із досліджуваним ЗВО; виявлення причин, за якими студенти обирають ЗВО; оцінку обмежень і можливостей, встановлені органами влади у сфері вищої освіти; визначення типів стратегій, які використовують ЗВО-конкуренти; оцінку суспільного внеску ЗВО; визначення рівня співпраці між ЗВО і органами влади.

Результати цього аналізу дозволяють зрозуміти середовище, в якому функціонує ЗВО. Цей процес дозволяє визначити, що виявлені конкурентні переваги та стратегія в цілому враховують зовнішні фактори.

2. Оцінка ресурсів і можливостей ЗВО (внутрішніх факторів). Їх детальний аналіз дозволить виявити конкурентні переваги, відмінні від конкурентних переваг інших ЗВО. Ці відмінні компетенції випливають із декількох факторів: освітні послуги, що надаються; матеріально-технічна база; організаційна структура та місцезнаходження ЗВО; кадровий потенціал; інноваційна діяльність; орієнтація на ринок; репутація ЗВО.

3. Виявлення зацікавлених сторін. Ідентифікація стейкхолдерів ЗВО, їх потреб є основою у встановленні конкурентних переваг ЗВО. Це можуть бути: студенти, випускники, абітурієнти, батьки; співробітники; підприємства і організації; органи державної влади; місцеві спільноти і суспільство загалом, партнери, інші університети тощо.

За результатом проведеного аналізу заклад вищої освіти визначить конкурентні переваги, на основі яких може побудувати унікальну стратегію, що забезпечить його конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг.

Швидке зростання ринку освітніх послуг та його інтернаціоналізація призвело до підвищення зацікавленості до конкурентоспроможності. Задля підвищення рівня конкурентоспроможності ЗВО необхідно розробляти і реалізовувати конкурентні стратегії.

Гут Л.В.,
*доцент кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва
Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ У ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

В умовах глобалізації та прискореного науково-технічного розвитку підприємства прагнуть підвищувати ефективність інноваційної діяльності. Об'єднані територіальні громади, на територіях яких функціонують інноваційні підприємства, зацікавлені вкладати кошти у розвиток їх інноваційної діяльності.

Для інноваційної діяльності підприємств Чернівецької області за 2015–2018 роки характерні такі тенденції:

– Зменшення кількості наукових організацій з 23 до 18 привело до скорочення кількості працівників задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок: з 837 осіб у 2015 р. до 731 особу у 2018 р.[1].

– Через недостатній рівень державної підтримки склалась стійка тенденція до скорочення кількості спеціалістів, зайнятих науковою діяльністю: за 2015–2018 рр. скорочення фахівців, що займались дослідницькою діяльністю склало 268 осіб (на 32,0%), чисельність техніків скоротилась на 26 осіб (на 35,1%), чисельність допоміжного персоналу – на 102 особи (на 47,2%)[1].

– Найбільша кількість дослідників була задіяна у природничих та суспільних науках, де, відповідно, виконували наукові дослідження та розробки 260 та 113 науковців. Найбільш численною, як всього дослідників так і дослідників-жінок, була група у віці від 35 до 39 років.

– У 2018 році загальний обсяг витрат на виконання наукових досліджень та розробок організацій області становив 86,5 млн. грн (у 2015 р. – 45,6 млн грн), з них на прикладні дослідження – 55,8 млн. грн (64,5% від загального обсягу витрат), фундаментальні – 24,6 млн грн (28,4%), науково-технічні розробки – 6,0 млн грн (6,9%). За 2015–2018 рр. спостерігається зростання частки експериментальних роз-

робок з 5,9% до 15,5% при зменшенні частки прикладних досліджень з 66,8% до 53,3% відповідно[1].

– Зменшилася частка підприємств, що впроваджували інновації: з 15 у 2015 р. до 12 у 2017 р., що вплинуло на зменшення з 31 до 25 науково-технічних розробок, що були запроваджені у виробництво, та зменшення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції з 2,4% до 0,9%[1].

– Загальні витрати підприємств на розробку і впровадження інновацій зросли за 2015–2017 рр. на 39,1% за рахунок зростання витрат на дослідження і розробки (на 16,1%), інших витрат на 7,6 млн грн, при цьому менше спрямовували коштів на придбання інших зовнішніх знань (на 23,2%) та придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (на 14,8%). Оцінка інноваційної активності підприємств свідчить про наявність 9 інноваційно активних промислових підприємств переробної галузі, які фінансували інноваційну діяльність у 2015–2018 рр. лише за рахунок власних коштів, що дозволило отримати обсяг реалізованої продукції у розмірі 99,9 млн грн. і 46,3 млн грн відповідно[1].

Подальше зростання інноваційної активності підприємств Чернівецької області, на нашу думку, можливе за рахунок впровадження таких заходів:

1. Надання об'єднаними територіальними громадами земельних ділянок в оренду для створення інноваційних підприємств та інноваційних парків, що сприятиме надходженню доходів до бюджету громад. Для освоєння виробництва інноваційної продукції для новостворених підприємств необхідно скоротити терміни реєстрації власності та реалізувати заходи щодо захисту економічної свободи для розвитку ділової активності, зокрема виходу на внутрішній ринок нових суб'єктів бізнесу, усунення недобросовісної конкуренції, рейдерства та монополізації.

2. Використання технологічних платформ – як нової форми приватного партнерства в інноваційній сфері та інструменту взаємодії бізнесу, науки, освіти, держави і громадянського суспільства – для створення перспективних технологій нових продуктів/послуг на основі об'єднання інтелектуальних ресурсів та фінансових коштів громад та залучення додаткових ресурсів (проектного фінансування) для проведення науково-дослідних робіт, у тому числі використання податкових пільг та інших фінансових інструментів для заохочення приватних інвестицій у науково-дослідну роботу.

3. Впровадження маркетингових інновацій у підприємствах туристично-рекреаційного комплексу для підтримки продуктивних і процесних інновацій.

4. Створювати сприятливі умови для розвитку інноваційної інфраструктури ринку для інтеграції у міжнародний інноваційний простір: науково-дослідні центри (на умовах аутсорсингу та аутстафінгу), інноваційні альянси та консорціуми, наукові, індустріальні й технологічні парки, інноваційні кластери[2].

5. Забезпечення розвитку інноваційної культури суб'єктів господарювання шляхом фінансування проведення конференцій, круглих столів за участю підприємств, що вже впровадили нові види інновацій.

Отже, інноваційна спрямованість економічного розвитку підприємств виступає поштовхом для іноземних та вітчизняних інвесторів щодо капіталовкладень у в інноваційне виробництво.

Список використаних джерел

1. Наука, технології та інновації. Офіційні статистичні дані Головного управління статистики. у Чернівецькій області Державної служби статистики України/ URL: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/>
2. Індустріальні парки в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-&id=6463d3ba-aa13-4e54-8db9-0f36642c43d9&tag=IndustrialniParkiVUkraini>

Дараганова Н.В.,

д.ю.н., професор кафедри адміністративного, фінансового та інформаційного права КНТЕУ

СУБ'ЄКТИ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОЇ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Інтелектуальна власність нині стає найбільш цінним капіталом, одним із визначальних факторів економічного, виробничого, соціального розвитку країни. При цьому як будь-який капітал, інтелектуальна власність потребує створення надійної системи її правової охорони та захисту.

Питаннями охорони та/або захисту інтелектуальної власності в Україні загалом опікується значна кількість суб'єктів – це і органи державної влади, наприклад, Міністерство розвитку економіки,

торгівлі та сільського господарства України (Мінекономіки), і наукові установи, наприклад, державна наукова установа «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації», і підприємства, наприклад, державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент), і інші суб'єкти.

Більше того, навряд чи сьогодні реально можна було б знайти в Україні юридичну особу, яка б у той чи інший спосіб не опікувалась би питаннями охорони та/або захисту інтелектуальної власності (наприклад, захистом своєї комерційної таємниці).

Та на відміну від цього доволі широкого кола суб'єктів, що здійснюють охорону та/або захист інтелектуальної власності, в Україні наявна і система державної охорони інтелектуальної власності до якої входять лише органи державної влади, яким, в силу їх компетенції, надані владні повноваження здійснювати правову охорону/захист інтелектуальної власності. Їх правовий статус визначається передусім Конституцією України та законами України.

Слід також зауважити, що деякі науковці, зокрема О. П. Орлюк, мають, на наш погляд, досить широке бачення державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні і відносять до неї, крім таких суб'єктів, як Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України, судові органи та органи виконавчої влади, ще й таких суб'єктів як: Укрпатент – державне підприємство; Український центр інноватики та патентно-інформаційних послуг – філія Укрпатенту; Українське агентство з авторських та суміжних прав – державна організація, наукові установи та ряд недержавних організацій – творчі громадські організації, що спеціалізуються на сфері інтелектуальної власності [1, с. 93–107].

Проте, вважаємо, що такий перелік суб'єктів не властивий для державної системи правової охорони інтелектуальної власності.

До державної системи правової охорони інтелектуальної власності входять саме органи державної влади, які наділені владними повноваженнями щодо сфери інтелектуальної власності. Натомість державні підприємства і установи – це організації, які, під керівництвом державних органів (апарату держави) практично здійснюють функції держави у сфері виробничої діяльності, безпосередньо пов'язаної зі створенням матеріальних цінностей (державні підприємства), чи діяльності, пов'язаної зі створенням нематеріальних цінностей (державні установи). Слід також мати на увазі, що «державні підприємства і установи не можуть вважатися державними органами з тільки їм властивою організаційною структурою та характером повноважень. Державні підприємства і установи не є

носіями державної влади, а адміністрація підприємств і установ здійснює управлінські функції виключно у сфері своєї діяльності, у рамках даного підприємства чи установи» [2, с. 85–86].

З урахуванням вказаного, на основі аналізу норм Конституції України, нормативно-правових актів України у сфері інтелектуальної власності, вважаємо, що до державної системи правової охорони інтелектуальної власності можна віднести таких суб'єктів, як: Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України та органи виконавчої влади, судові органи. Зазначене обумовлено правовим статусом цих осіб та наявністю у них відповідних владних повноважень.

Список використаних джерел

1. Право інтелектуальної власності: акад. курс: підруч. для студ. вищих навч. закладів / За ред. О. П. Орлюк, О. Д. Святоцького. Київ: Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. 696 с.
2. Загальна теорія держави і права: навч. посіб. / А. М. Колодій, В. В. Копейчиков, С. Л. Лисенков та ін. Київ: Юрінком Інтер, 2000. 320 с.

Джура В.В.,

*викладач обліково-фінансових дисциплін, заступник директора з навчальної роботи, викладач вищої категорії
Лубенського фінансово-економічного коледжу ПДАА*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР СВІТОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Інноваційна діяльність як фактор світової інтеграції – це об'єктивний процес зближення країн світу та їхніх суб'єктів у всіх сферах людського життя на основі спільності загальнолюдських інтересів. Міжнародна інтеграція включає міжнародну економічну, політичну, культурну інтеграцію

Інноваційна діяльність спрямована на комерціалізацію накопичених знань, технологій і обладнання. Результатом інноваційної діяльності є новий або додатковий продукт або продукт з новими якостями.

Інноваційною діяльністю є всі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, що реально приводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою. Деякі види інноваційної діяльності є інноваційними самі по собі, інші не мають цієї властивості, але теж необхідні для здійснення інновацій. Інноваційна діяльність включає також дослідження і розробки, не пов'язані прямо з підготовкою якої-небудь конкретної інновації. [2]

Відповідно до Закону «Про інвестиційну діяльність» **інноваційна діяльність** – одна з форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу

Об'єктами інноваційної діяльності є:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність або залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проектів.

Пріоритетними напрямками інституційної побудови інноваційної економічної моделі є: реформування законодавчої бази щодо науково-технічної діяльності, чітке визначення функцій, повноважень і зобов'язань державних органів, створення і всебічна підтримка елементів дієвої інноваційної системи (технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори «бізнес-янгели»), розробка і впровадження механізмів фінансового, кредитного й інформаційного забезпечення, впровадження науково-технічних розробок у виробництво.

Сучасний стан наукової сфери України обумовлено довгостроковим негативним впливом загальноекономічних проблем, пов'язаних зі структурною деформованістю економіки країни, домінуванням в ній низькотехнологічних галузей і укладів, виробництв продукції з

низьким рівнем доданої вартості, які об'єктивно малосприйнятливі до сучасних наукових досягнень [2, с. 60].

Вирішення проблем науково-технічного розвитку прямо залежить від внесення до механізмів реалізації державної науково-технологічної політики законодавчо врегульованих змін, орієнтованих на:

- перехід від ідеології забезпечення виживання науково-технологічного потенціалу до якісної перебудови системи регулювання розвитку наукової сфери у відповідності з вимогами ринкових перетворень та визнанням провідної ролі науково-технологічного та інноваційного факторів в економічному розвитку;

- впровадження на державному рівні системи фінансової підтримки сфери НДДКР у сталих по відношенню до ВВП розмірах, з випереджальним нарощуванням їх порівняно з витратами на економіку, з одночасним збільшенням внеску опосередкованих джерел фінансування та коштів інвесторів всіх форм власності;

- розробку системи визначення пріоритетів та принципів селективної підтримки пріоритетних наукових та інноваційних проектів;

- формування комплексу державних науково-технічних програм та механізмів їх реалізації і фінансової підтримки;

- розвиток та вдосконалення форм і мережі регіональних науково-технічних комплексів;

- сприяння поширенню малих інноваційних фірм, орієнтованих на активізацію процесів розробки та впровадження нововведень і формування інфраструктурних інституцій сфери НДДКР, з забезпеченням пріоритетності витрат на їх створення перед рештою державних витрат. [1, с.83]

Список використаних джерел

1. Гальчинський А., Геєць В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ. – К.: Знання, 2002. – С. 324.
2. Лапко О. О. Розвиток системи управління науково-інноваційною сферою в Україні // Економіка та прогнозування. – 2002. – № 1. – С. 55–63.

Дидюк Л.А.,
студентка 3 курсу, 11 група ФРГТБ КНТЕУ
Науковий керівник Компанець К.А., к.е.н., доц. КНТЕУ

РОБОТИЗАЦІЯ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ

Все більше і більше людей в сучасному світі надають перевагу технологіям майбутнього. Все частіше на підприємствах живу працю починають замінити автоматизованими машинами.

За останніми даними, сьогодні в світі працюють 1,8 млн найрізноманітніших роботів – промислових, домашніх, роботів-іграшок. А світові ЗМІ постійно майорять заголовками про роботи-автомобілі, роботи-таксі, роботи-літаки...

В наші дні вони вже мало кого здивують, тим часом як роботизація потроху, але впевнено проникає в усі сфери виробництва, зокрема – в сферу обслуговування.

З одного боку, роботи дійсно перевершують людей у своїх здібностях: вони витриваліші, швидші, мають високу точність і практично ніколи не допускають браків. Через це цілковита більшість роботів світу – промислові. Автоматизацію просто не зупинити, вона постійно прагне підвищення продуктивності [2].

З іншого ж боку, масова роботизація витісняє людей зі сфери виробництва. «Будь-яка технічна революція знищує робочі місця і позбавляє людей джерела прибутку ще до того, як нові професії з'являтимуться в перспективі. І з кожною новою технологічною революцією, прогрес кидає людству виклики» [1]. Люди втрачають не лише роботу, а й можливість самореалізації, і на сьогодні – це вже стає проблемою [6].

Згідно з дослідженнями McKinsey Global Institute – спеціалісти, які працюють у сфері обслуговування, попадають в топ 6 сфер діяльності, роботу яких можуть легко замінити машини. У 2018 році, справжньою сенсацією в сучасному світі стали роботизовані ресторани, адже важко навіть уявити собі повноцінний заклад харчування, де на кухні немає кухарів, а по залу не бігають офіціанти.

Першим в світі рестораном з повністю роботизованою кухнею є заклад «Сруссе» – розташований у центрі Бостона (США) та оснащений власною відкритою кухнею. Вона складається з 7 автономних блоків, кожен з яких відповідає за підготовку певних страв. Блоки з'єднані системою роздавальників і барабаном. При вході в заклад гостя зустрічає людина і проводить до сенсорного екрана, де можна зробити замовлення. Гість повинен обрати в електронному меню одну

зі страв міжнародної кухні, наприклад, з Південної Америки, Таїланду або Індії. Оформлене замовлення направляється на кухню, де з контейнерів інгредієнти для приготування страви автоматично потрапляють в один з семи блоків; він починає працювати, обертаючись і використовуючи індивідуальний індукційний нагрівач. Одні модулі відповідають за приготування овочів, інші фруктів, треті за м'ясні продукти тощо. Потім страва поміщається в тарілку, яку забирає співробітник ресторану і доповнює страву різними гарнірами. Після цього страва передається клієнту [4]. Ідея закладу належить чотирьом студентам Массачусетського технологічного інституту. Перш, ніж відкрити роботизований ресторан, вони побудували його прототип у підвалі гуртожитку, а пізніше реалізували його, запросивши професійного шеф-кухаря, володаря Michelin, Даніеля Булуда, для створення рецептів [5].

Для того, щоб нагріти їжу – роботи використовують магнітну індукцію, а після приготування кожного замовлення автоматично миють самі себе. Єдиними живими людьми, що працюють в ресторані є лише два кухарі – які всього лиш нарізають продукти і складають гарнір. У закладі подають переважно салати. Є варіанти страв для вегетаріанців, веганів, а також без глютену. Весь процес безпосереднього приготування їжі займає не більше трьох хвилин. Ціни в Спусе за мірками Бостона або Нью-Йорка порівняно низькі. Вартість однієї тарілки звичайного салату складає від \$7,5.

Власники ресторану зазначили, що робот-кухар – це «трохи дивна ідея». Розуміючи це, вони вирішили зробити процес приготування максимально прозорим. Так відвідувачі можуть стежити за тим, як страва готується автоматично і кухня стала відкрита для огляду. Незважаючи на специфіку, багато експертів високо оцінюють смакові якості страв.

Ще одним яскравим представником робот-ресторану є Foodom, який запустила китайська компанія-гігант по нерухомості Country Garden Holdings Co. Ltd в місті Гуанчжоу. В цьому закладі гостей зустрічають роботи, завдяки системі штучного інтелекту, і проводжують їх до столиків, де рекомендують страви і навіть самі приймають замовлення. На кухні їжа теж готується роботами [3].

Тенденцію до роботизації виробництва в ресторанах і кафе вже підхопило досить багато країн по всьому світі. Адже для власників цих закладів – робот це більш вигідний трудовий ресурс, ніж людина. Авжеж, роботизація має безліч плюсів: це і збільшення продуктивності, і зменшення робочого простору, і мінімальне обслуговування і тому подібне. Мінусом роботизації в закладі харчування є

те, що такий заклад буде всього лиш видовищем, і відвідувачі, які були там один раз, навряд чи будуть ходити туди ще і ще. Інша річ – ресторан з професійними, живими шефами, кухарями, привітними офіціантами та взагалі живою атмосферою. Не дарма перший роботизований готель в Японії Henn-na, який відкрили ще 5 років тому, вже встиг відмовитись від сучасних інновацій, та повернути на роботу людей.

Список використаних джерел

1. Шумілов Е. В. Дослідження впливу процесів роботизації виробництва на ринок праці / Е. В. Шумілов ; [наук. керівник Е.Ю.Куркіна] ; Півд.уральський держ. ун-т. – Челябінськ, 2017. – 23 с.
2. Ford M. Rise of the Robots: Technology and the threat of a jobless future / Martin Ford – New York : Publ. by Basic Books, 2015.
3. Jaszly A. Gizmochine.com Country Garden opens up Freedom, China's first fully robot operated restaurant / Airyl Jaszly <https://www.gizmochina.com/> Jan 15, 2020.
4. O'brien M. Boston.com : Is the new robot fast-food restaurant hype or a sign of industry change? / Matt O'Brien ; <https://www.boston.com/> / 2018.
5. The THE Spycy Boys / [M. Farid, K. Rogers, L. Schlueter, B. Knight] ; Boston, MA ; <https://www.spyce.com/who-we-are-2/>
6. Vonnegut K. Player Piano : novel / Kurt Vonnegut – New York : Publ. Charles Scribner's Sons, 1952.

Дяченко О.С.,
студент, 13 група, 3 курс ФМТП, КНТЕУ
Науковий керівник Дараганова Н.В., д.ю.н., доцент,
професор кафедри адміністративного, фінансового
та інформаційного права КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

В сучасний період Україна почала стрімкий шлях до євроінтеграції та стандартизації українського законодавства до міжнародних нормативно-правових актів. Дана ситуація дала можливість інтелектуальній власності стрімко розвиватися. Основним завданням, на даний момент, постає охорона прав інтелектуальної власності, на які

постійно зазіхають фізичні та юридичні особи, які порушують зазначені права.

Законодавство України в сфері інтелектуальної власності має розгалужену систему, та досить широко регулює право інтелектуальної власності. Також Верховна Рада України ратифікує міжнародні договори, які регулюють право інтелектуальної власності.

Хоча право інтелектуальної власності доволі швидко розвивається, на думку Ю.Л. Балашової, нині важливим є пошук шляхів створення ефективної інноваційної системи, яка спроможна забезпечити технологічну модернізацію національної економіки, підвищити її конкурентоспроможність на основі передових технологій. Необхідно удосконалити ринок прав на результати інтелектуальної діяльності, державну систему правової охорони інтелектуальної власності та перетворити науковий потенціал країни на дієвий ресурс економічного зростання. Визнання інтелектуальної діяльності такою, яка забезпечує успішний розвиток усіх інших форм суспільно корисної діяльності, зумовлює необхідність зосередити державні можливості (творчий потенціал, матеріальні ресурси, кошти тощо) на всебічному розвитку інтелектуальної діяльності[1].

Щодо охорони права інтелектуальної власності в Інтернеті, то на думку Харитонова Є.О. та Харитонова О.І., соціальні мережі є місцем масового порушення прав інтелектуальної власності: авторських прав, прав на торговельні марки тощо. Найпоширенішими видами порушень в Інтернет є: незаконне відтворення і копіювання музичних, художніх, літературних творів чи комп'ютерних програм без попереднього надання на це згоди автором чи правовласником. Серед типових порушень прав інтелектуальної власності у соціальних мережах називають: розміщення об'єктів авторського права; використання торговельної марки; розміщення HTML-файлу, JAVA-applets, інших файлів, програм, створених іншою особою. Різноманітність порушень прав інтелектуальної власності пов'язана з великою кількістю авторських прав, які існують у мережі[2].

В даний час держава намагається розв'язати вищезазначені проблеми. Саме тому 01.06.2016 р. Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням схвалив «Концепцію реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні», яка визначає концептуальні засади формування та реалізації державної політики у сфері інтелектуальної власності. Затверджена Концепція передбачає низку змін системи державного управління сферою правової охорони інтелектуальної власності, насамперед, перетворення трирівневої структури системи організації державного управління сферою інтелектуальної власності на дворівневу[3].

Щодо приведення чинного законодавства до міжнародних стандартів, то на даний час Україна ратифікувала більше 20 міжнародних угод та відповідає стандартам «Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності» від 1994 р.

Також з метою стандартизації українського законодавства було розроблено законопроект «Про внесення змін до деяких законодавчих актів з питань інтелектуальної власності» та проект Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів з питань авторського права і суміжних прав». Вказаними законопроектами пропонується внести зміни до основоположних нормативно-правових актів у цій сфері.

Проблема адаптації нормативно-правових актів до стрімкого розвитку інтелектуальної власності виникає через відсутність боротьби з «патентним тролінгом», інтернет-піратством, задоволення потреб ІТ-галузі, військово-промислового та агропромислового комплексів.

Отже, основними проблемами правового регулювання права інтелектуальної власності в сучасний період є:

1. Недосконала та досить нестійка система державного управління сферою правової охорони права інтелектуальної власності.

2. Приведення чинного законодавства до міжнародних стандартів.

3. Відсутність адаптації нормативно-правової бази України в сучасних економічних і політичних умовах до стрімкого розвитку інтелектуальної власності.

4. Удосконалення правового захисту авторського права і суміжних прав у мережі інтернет.

Також, підсумовуючи можна зазначити, що проблеми правового регулювання права інтелектуальної власності в Україні мають негативний фактор, але державна політика в цій сфері розвивається, та породжує зміни національного законодавства. В даний час вирішення проблем правового регулювання права інтелектуальної власності має незавершений характер. Це передбачає про необхідність активізації дослідження цієї теми науковцями, та удосконалення нормативно-правових актів.

Список використаних джерел

1. Бошицький Ю.Л., Шляхи модернізації та оптимізації правового регулювання інтелектуальної власності в Україні. Часопис Київського університету права. 2014. № 4. С. 164–170

2. Харитонов Є.О., Харитонova О.І. Деякі проблеми правового захисту права інтелектуальної власності в інтернеті в Україні. URL: <http://aphd.ua/publication-564>. (дата звернення: 01.03.2020).
3. Про схвалення Концепції реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.06.2016. № 402р. Дата оновлення: 01.06.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/402-2016-%D1%80>. (дата звернення: 01.03.2020).

Zitkiene R.,

*Professor of Economics and Business Faculty,
Mykolas Romeris University,
Ateities str. 20, Vilnius 08303, Lithuania*

CHALLENGES FOR TODAY'S INTERNATIONAL TRADE IN THE EUROPEAN UNION

The scale of international trade is relevant to all countries in the world. As a result, researchers and international organizations are constantly monitoring and analyzing the conditions of international trade and its impact on the environment, both within the European Union and worldwide. Gaub (2019) argues that the European Union's trade policy is effective because of its federal structure and the common policy of 28 member states, the concept of multilateralism, as it is committed to a rule-based approach to international relations.

Hoekman, Puccio (2019) argue that, following the Trump administration's decision to pursue a more protectionist trade policy and the US's questioning of multilateralism, trade has become a much more important policy area for the European Union and growing EU concerns about the effects of Chinese competition. In the field of trade, the aim is to strike a balance between competition and cooperation and it has the necessary institutional tools to develop, adopt, enforce and control the rules. There are still shortcomings in the internal market, inadequate harmonization of services, industrial, political and social coordination. the absence of a common energy and migration policy, etc. According Laïdi (2019), the European Union embraces deep, though incomplete, regional integration as an example of the possibilities and limits of global governance.

Services such as scientific research, design, law, marketing and distribution account for the bulk of exports of manufactured goods, accounting for 21% of global exports and 28.3% of EU exports. If we add

the value of services here, about 50% of all international trade is made up of trade in services. The EU's role in the global economy is expected to decline from 28% in 2012-2018 year up to 25% by 2035 year . By Bosoni et al., (2018) this trend reflects the nature of competition in hyper-globalization, particularly as a result of the rise of new entrants, most of which are influenced by China. Plummer (2019) argue, that external trade has an impact on job creation, creating around 36 million in Europe. Forecasts showed that by 2020 year the trade-to-GDP ratio will reach 31 percent. But now, we are seeing a decline in international trade due to the decline in commodity prices, particularly oil.

Europe, the United States and China are major international trade countries, and it is not surprising that emerging international trade challenges in Europe come from competing countries. By Plummer (2019) the Brexit, which threatens Europe, is not the only threat. The US – China trade war influenced the US and Europe were working together to create a liberal global system for managing international trade the global trading system. Before Trump became president, the US and Europe were working together to create a liberal global system for managing international trade. At the end of 2016, negotiations on a Free Trade Agreement between the US and the EU (TTIP – Transatlantic Trade and Investment Partnership), an unprecedented world-wide agreement on free trade, quota and other barriers, were completed. As a result, 510 million EU citizens and 330 million US citizens would become a powerful market with powerful purchasing power. In addition, the market would be protected from the unwanted influence of third parties on the same agreement. The Agreement would have established the largest free trade area in the world, but that has not happened.

An example is the EU-Canada Free Trade Agreement, which removes 99 percent of trade barriers between the EU and Canada, facilitating export operations and opening up a new \$ 36 billion trade agreement. with a Canadian market. The removal of barriers will undoubtedly strengthen the EU's economic position and weaken the impact of agreements between the EU and Russia and China on EU market business. The agreement is expected to be instrumental in the transition to the Transatlantic Trade and Investment Partnership between the EU and the US.

However, the situation has changed dramatically due to coronavirus. The OECD provided projections for coronavirus global economic growth on March 2, 2020, down 0.5 percent points – up to 2.4 percent. According to the OECD, in a worst-case scenario, this black swan could reduce global growth by up to 1.2 percent. In other words, the world economy would

grow at twice the rate predicted before the virus spread. According to economists' scenario, this black swan could reduce global growth by 1 to 2 percentage points or even push the world economy into recession.

Global commodity production and supply chains are affected by China's production disruption. Enterprises are looking for ways to deal with supply disruptions and move part of their orders from Asia to Europe. However, the global impact of the decline in demand is already being felt, with people purchasing only basic consumer products and services. Inferior export prospects have a negative impact on labor market, consumer and business confidence and other economic indicators. At present, it is difficult to predict how the GDP growth rate of China and the world will be affected by the economies of the European Union and the world.

References

1. Gaub Florence. Challenges and choices for Europe. European strategy and policy analysis system, 2019 <https://ec.europa.eu/assets/epsc/pages/espas/index.html>
2. Hoekman B.M., Puccio L. EU trade policy: challenges and opportunities, 2019 Special Edition for the EP Elections; <http://hdl.handle.net/1814/61589>
3. LaïdiZaki Is Europe Ready for Power Politics?//2019, *European University Institute. EUI Working Paper RSCAS 201942.*
4. Bosoni,Nicholas, EhrenspergerAlbrecht; Nagasawa Hiroko; Lu Juliet; Studer David; VollmarPatrizia; Bernhard Rasso; SisoulathVilaysook; Epprecht Michael. Socio-Economic Atlas of the Lao PDR. Patterns and trends from 2005 to 2015 (Monograph) Centre for Development and Environment, University of Bern, and Lao Statistics Bureau, Lao PDR, with Bern Open Publishing, 2018.
5. PlummerMichael G. «The US-China Trade War and Its Implications for Europe». *ZBW – Leibniz Information Centre for Economics*, 2019 3: 195–196.
6. Eurostat: Statistics Explained https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_goods/lt&oldid=226654

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

В умовах сучасного науково-технічного прогресу, для реалізації будь-яких інновацій у життя необхідною умовою є створення механізму управління інноваційною діяльністю. Будь-які інновації вимагають чіткої структуризації і планування, вони мають відповідати стратегічним цілям того чи іншого підприємства. В сьогоденнішніх реаліях, проект є ідеальною формою для швидкої реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємства торгівлі. За даними дослідження KPMG CEO OUTLOOK 2019, 91% управлінців в Україні вважають, що динамічність є новою валютою бізнесу, і якщо вони будуть занадто повільними, то програють [1, с. 4].

Залежно від змісту і обсягу виконуваних робіт, кількості трудових і матеріальних ресурсів, для успішного інноваційного розвитку кожне підприємство торгівлі потребує формування ефективної системи управління інноваціями. Зокрема, частка кількості підприємств, що самостійно впроваджували інноваційну продукцію і технологічні процеси у 2018 році становила 69,9% від загальної кількості інноваційно активних підприємств [2, с.100]. Це відображає позитивну тенденцію до зростання кількості реалізації внутрішніх інноваційних проектів і на підприємствах торгівлі як суб'єкту економічної діяльності. В розрізі середньої кількості працівників на підприємствах, що самостійно впроваджували інноваційну продукцію і технологічні процеси у 2018 році, то потрібно відзначити, що найбільша частка зі штатом від 250 осіб і більше (рис. 1) [2, с.101].

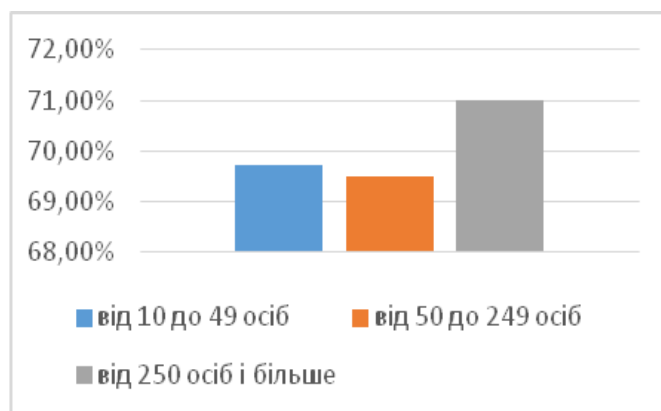


Рис. 1. Частка підприємств різного розміру, що самостійно впроваджували інноваційну продукцію

Фундаментальний інноваційний проект має включати всі етапи інноваційного процесу: від проведення якісних й кількісних досліджень до формування і реалізації новацій. Головним чином такого роду проекти реалізують масштабні організації, що мають спеціалізовані науково-дослідницькі лабораторії та фахівців високого рівня. Інноваційні проекти на підприємстві торгівлі відрізняються за масштабами, строками реалізації й ключовими вимогами до якості реалізації проекту. Для успішної реалізації, інноваційний проект повинен розвиватись в межах необхідних умов та раціональних обмежень на базі проектно-орієнтованого підходу управління. Зокрема, підприємства торгівлі, які функціонують в умовах існування кризових явищ в економіці та жорсткої конкуренції мають володіти стеком формалізованих бізнес-процесів для успішної реалізації інноваційних проектів.

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі можливе лише в межах науково-технологічних проривів, переходу на інноваційний шлях розвитку, створення умов для ініціювання, розробки та реалізації інноваційних проектів, формування ринку інновацій, розвитку нового типу суб'єктів господарювання – інноваційних підприємств [3, с. 219]. Згідно з результатами Global Innovation Index 2019, Україна посідає 47 місце в рейтингу найбільш інноваційних країн світу [4] і внаслідок цього проблема розробки вищеприписаного інструментарію по удосконаленню інноваційної діяльності на підприємствах торгівлі є дуже важливою. Для успішного інноваційного розвитку підприємство торгівлі повинно адаптивно реагувати на внутрішні та зовнішні фактори, спираючись на основу постійної реалізації інноваційних проектів, які можуть бути об'єднані у інноваційні програми, що реалізуються згідно із загальною стратегією розвитку підприємства. Отже, проектний підхід дозволяє визначити конкретні потреби підприємства торгівлі в інноваціях, прискорює процес їхньої реалізації і впровадження і спрямовує інновації на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Шукай таланти або програєш. Погляд керівників в Україні 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2019/06/Global-CEO-Outlook-in-Ukraine-2019.pdf>

2. Наукова та інноваційна діяльність України за 2018 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf
3. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.] ; за заг. ред. С. А. Давимуки ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». – Львів, 2016. – 432 с.
4. Будь швидким або помри. Що несе Четверта індустріальна революція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://techiiia.com/news/bud-shvidkim-abo-pomri-sho-nese-chetverta-industrialna-revoluciya>

Зубко Т.Л.,

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

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

В сучасних умовах жодна країна світу не може залишатися осторонь процесів, що відбуваються на міжнародному ринку технологій. Питаннями дослідження та кількісного вимірювання міжнародних трансферів інноваційних технологій займалися багато відомих вітчизняних науковців, серед яких визначних результатів досягли Л. Федулова, В. Денисюк, В. Нижник, О. Васильєв, М. Гончаренко, В. Федоренко, В. Левий, та ін.[1-3]

Згідно з Законом України «Про державне регулювання діяльності в сфері трансферу технологій» високі технології – це «технології, які розроблені на основі новітніх наукових знань, за своїм технічним рівнем перевищують кращі вітчизняні та іноземні аналоги і спроможні забезпечити передові позиції на світовому ринку наукомісткої продукції» [1, с. 34-46].

Умови для підвищення інноваційного потенціалу підприємства зумовлюють залучення таких підсистем забезпечення підприємства:

- стратегічного (прийняття інноваційних рішень та їх реалізація, включаючи аналіз ринкового та внутрішнього середовищ):
- трансферу технологій (залучення систем держорганів у сфері управління та розвитку трансферу технологій в Україні і створення Центру трансферу технологій на підприємстві);

- нормативно-правового, інформаційного, організаційного, фінансово-інвестиційного, методичного [2, с. 53 – 56].

Згідно залучених підсистем забезпечення використовуються наступні методи управління: економічні, адміністративні, технологічні, соціально-психологічні.

Виділяють два типи технологій, які є предметами міжнародного трансферу: 1) нематеріалізована технологія (наприклад конструктивні рішення, технологічні методи; 2) матеріалізована технологія (технологія втілена в машинах, устаткуванні й т. ін.). В сучасних умовах для міжнародного технологічного обміну характерні наступні тенденції: інтенсивний та випереджальний розвиток ринку наукоємних технологій; динамізація та загальне загострення конкуренції; розвиненість інноваційної інфраструктури; зростання технологічної залежності країн, що розвиваються; домінуючу роль в інноваційному процесі стала відігравати не стільки генерація ідеї, скільки швидка її комерціалізація; розвиток міжнародної кооперації в інноваційній сфері; розвиток міждержавного співробітництва в рамках інтеграційних угруповань; в структурі здійснюваних інновацій зростає частка управлінських, які полягають у нестандартних рішеннях в менеджменті

Серед проблем, що перешкоджають розвитку міжнародного трансферу технологій в Україні можна виділити: 1) недостатнє державне фінансування НДДКР і, практично, повна відсутність активної інноваційної політики; 2) мала частка науково-технічної продукції у товарній структурі українського експорту (частка України на ринку високотехнологічної продукції становить приблизно 0,05–0,1%) [4]; 3) неефективне використання коштів на інновації (часто має місце спрямування інноваційних коштів на проекти, які не мають інноваційного характеру); 4) відтік з України кваліфікованих наукових та технічних кадрів, занепад багатьох наукових шкіл, стрімка деградація матеріально-технічної бази наукових та науково-технологічних досліджень, переважне впровадження в Україні запозичених застарілих технологій; 5) відсутність попиту на науково-технічні розробки з боку держави та приватного сектору; 6) венчурне фінансування в Україні не отримало належного розвитку. Все це демонструє тенденцію щодо подальшого відставання України у технологічному розвитку від розвинутих країн світу, що свідчить про неефективне використання власного інноваційного потенціалу [2].

Все це потребує створення сучасної інноваційної інфраструктури для підтримки вітчизняних винахідників, новаторів, вчених у

процесі їх взаємодії з бізнес-структурами, а також процесів трансферу технологій і комерціалізації результатів наукових розробок.

Список використаних джерел

1. Левий В.В., Дугієнко Н.О. Проблеми та перспективи участі України в міжнародному трансфері інноваційних технологій / В.В. Левий, Н.О. Дугієнко // Молодий вчений. – №1(16) – 2015. – С. 115 – 118.
2. Федулова Л.І. Стан та проблеми України в контексті розвитку ринків високотехнологічних товарів та послуг / Л.І. Федулова // Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 3. – С. 40–48.
3. Інноваційне управління промисловими підприємствами в системі ефективного використання конкурентного потенціалу: монографія / за ред. В.М. Нижника. – Хмельницький. – ХНУ, 2014. – 547 с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

Зуєва О.М.,

Патентний повірений України

СТАРТАП ТА ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Стартап – це короткостроковий проект, який реалізує бізнес ідею відповідно до сучасних потреб суспільства шляхом втілення нових технологій і виробництва нової продукції відповідно.

Слово стартап з'явилося у 1939 році, коли двоє випускників Стенфордського університету Вільям Редінгтон Г'юлет та Девідл Паккард (НР, Хьюлетт-Паккард) заснували перший стартап компанію, яка була однією із найбільших американських компаній з виготовлення апаратного та програмного забезпечення. Компанія проіснувала з 1939 до 2015 роки.

Це був перший стартап і зараз НР це широковідомий бренд.

Істотною відмінністю стартапу від будь-якого іншого бізнесу полягає в тому, що інвестори вкладають свої гроші саме на етапі зародження, а не тоді, коли бізнес успішно процвітає протягом декількох років. По суті, інвестори мають надію на те, що ідея «вистрельне» і стане дуже перспективною і матиме попит в майбутньому. Багато людей до сих пір помилково вважають, що стартап – це взагалі будь-який проект, який існує в інтернеті. Хоча частка правди

тут є. Адже сучасна мережа настільки швидко розвивається, що майже кожне друге нововведення пов'язане з інтернетом. Відмінні риси стартапів в тому, що розробкою всіх подібних проектів повинна займатися тільки нова компанія, яка тільки з'явилася. Вона нікому не відома, не є загальноновизнаним брендом. Це команда односторонців, яка працює над одним проектом. Вони працюють заради досягнення своєї мети і поліпшення якості життя в майбутньому завдяки втіленню ідеї. Проект стартап пропонує щось дійсно оригінальне і потрібне сучасному ринку. Таким проектам завжди потрібні інвестиції. Адже їх штат в основному складається з невеликої команди молодих студентів, або випускників вищих навчальних закладів, у яких немає грошей для реалізації своїх ідей. Самими розповсюдженими інвесторами є венчурні капіталісти, які оцінюючи ідею, найчастіше йдуть на фінансування стартапів. Такий капітал може надаватися заможними інвесторами, які мають фінансову можливість ризикувати (venture в перекладі н з англійської означає ризик, авантюра). Далі обов'язково повинен бути придуманий логотип майбутньої компанії. Вже має бути план розроблення і вдосконалення проекту. Найголовніше завдання постаратися, щоб за цей час команда досягла якихось вагомих результатів і продемонструвала нехай навіть невеликий прибуток. Це може сприятливо позначитися на вирішенні інвесторів. На даному етапі вже є повноцінна компанія. Вона стабільно приносить прибуток, займає свою конкретне місце на ринку. Люди користуються її продукцією і навіть з'явилися постійні покупці. Інвестори бачать результати і вже можуть оцінити перспективи. Витрати на просування і рекламу стають ще більше. Але не завжди отриманий прибуток покриває їх. У більшості випадків стартапи на даному етапі поки що не здатні вийти в безубиток. Але все ж таки компанія вже отримує свій чистий прибуток. Наступним етапом є розширення обсягів продукції, що випускається на ринок. Саме зараз відкриваються нові магазини для впровадження продукції в масове виробництво, закладаються нові контракти на реалізацію і поставку товару і так далі. Що стосується інвестицій, то на цьому етапі вже пора обмежувати інвестиції, які були вкладені саме в ідею, а більше укладати договори з майбутніми партнерами.. При цьому стартапер продовжує працювати над іншими проектами, втілюючи в життя нові ідеї по бізнесу. Тепер стартап перетворюється вже в готовий і широкий бізнес, який приносить більший прибуток. Це вже не компанія з кілька молодих студентів, а повноцінна корпорація, яка має практично лідуєче місце на ринку в конкретній галузі.

Найбільш цікавими стартапом є Google Inc. Ця американська публічна транснаціональна корпорація заснована 1998 році аспірантами Стенфордського університету Ларрі Пейдж і Сергій Брін. які займаються розробкою, розвитком і дизайном найпопулярнішого в інтернеті пошукового сервісу

Google є найсильнішим брендом у світі, а за версією компанії Brand-Finance – найдорожчий (44,3 млрд дол.)

Apple Inc. (колишня Apple Computer, Inc.) – американська технологічна компанія з офісом у Купертіно (Каліфорнія), яка проектує та розробляє побутову електроніку, програмне забезпечення та онлайн-сервіси. Є першою американською компанією, чия капіталізація перевершила 1 трлн доларів США.

PayPal – міжнародна електронна платіжна система. Це найпоширеніший у світі спосіб розрахунків в Інтернеті. Нині PayPal використовують понад 230 мільйонів людей у 190 країнах світу.

Не менш цікавими стартапами є компанії, які створюють продукти, які служать для збільшення комфорту. Такі продукти приваблюють своєю простотою і ефективністю використання, мають значний попит серед населення і швидко приносять значний прибуток. З цієї причини венчурні капіталісти і вкладають фінанси саме в такі бізнес.

Із найбільш цікавих стартап компаній такого виду є компанія RING, так звана компанія на мільярд.

Ця стартап компанія є розробником розумних дверних дзвінків Цей стартап був заснований в 2011 году Джеймом Сіміноффом в Південній Каліфорнії. Ці розумні дзвінки мають Wi-Fi-підключення і камеру. За допомогою дзвінка користувач, навіть не знаходячись вдома, може відслідкувати відвідувачів біля дверей та контактувати з ними. Компанія також володіє сервісом Neighbors («Сусіди»), який дозволяє людям обмінюватися інформацією про безпечність району. Компанія вважає, що це допоможе поліції оперативному розкриттю злочинів. Цей продукт має великий попит. У 2016 году Ring продав таких пристроїв на 155 млн долл. На початок 2018 року цей стартап мав 209 млн доларів інвестицій. Тоді ж компанія Amazon купила Ring за 1 млрд долл.

З підвищенням зацікавленості у стартапах і стартап-компаніях в Україні стрімко збільшується кількість закладів, які допомагають людям реалізувати свої ідеї, в останні кілька років популярності набувають стартап-школи.

Перша в Україні Стартап-школа «Sikorsky Challenge» на базі КПІ ім. Ігоря Сікорського запрацювала 19 лютого 2014 року.

З ініціативи київської Стартап-школи «Sikorsky Challenge» на базі регіональних вищих навчальних закладів створюється потужна мережа стартап-шкіл, у яких креативна молодь набуває найсучасніших знань з інноваційного підприємництва.

Однією з найважливіших щорічних подій у сфері інноватики України є Фестиваль «Sikorsky Challenge», Вперше його було проведено 2012 року і він одразу набув великої популярності серед студентів та підприємців. 1919 року брали участь 23 інвестора та експерта зі Сполучених Штатів Америки, Ізраїлю, Китаю, Гонконгу, європейських країн та, звичайно, з України.

У фестивалі 1919 року брали участь 23 інвестора та експерта зі Сполучених Штатів Америки, Ізраїлю, Китаю, Гонконгу, європейських країн та, звичайно, з України.

Генеральним спонсором фестивалю була– китайська компанія «Zhejiang Golden Egg Science and Technology» (КНР). Було відібрано 3 проекти для участі у фіналі Міжнародного конкурсу у Ханчжоу:

Проект «VieGraf. Технологія технічного комп'ютерного зору».

Проект «Екологічно чисте виробництво з утилізації полімерних відходів із поліетилену і поліпропілену методом термічної деструкції».

Проект «Розробка системи нейтралізації радіоактивних відходів».

На сторінці <https://www.sikorskychallenge.com/fest/> ви зможете познайомитися з усіма інноваційними проектами, прийнятими для участі у фестивалі SIKORSKY CHALLENGE минулого року.

Хотіла б зауважити, що Китай признали науковим лідером майбутнього.

21 травня в Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» відкрито Українсько-китайський центр інженерних інновацій.

З компанією Golden Egg, спонсором фестивалю, було обговорено напрями подальшої співпраці та проекти, які пропонується реалізовувати в Центрі, насамперед у галузі штучного інтелекту і, звісно, умови їхнього впровадження. Зокрема, було підкреслено, що розробки київських політехніків залишатимуться інтелектуальною власністю університету та його партнерів.

Звичайно для створення ефективних стартап проектів які служать розвитку суспільства необхідно фінансування науки та наукових досліджень що робиться у всіх цивілізованих країнах

Тільки зараз Кабмін починає фінансувати стартапи На фінансування Українського фонду стартапів було виділено 440 мільйонів гривень

Фонд буде фінансувати бізнес-проекти на початкових стадіях їх розвитку. Це є головним, бо саме в створенні та втіленні нового ефективного рішення як нової ефективної технології так і виробів, які створюються за такими технологіями треба фінансувати від початку, щоб заробити швидкий прибуток.

Основні сфери фінансування включають штучний інтелект, додану реальність, Big Data, блокчейн, кібербезпеку, оборону, медицину та охорону здоров'я, фінансові та освітні технології, робототехніку, електронну комерцію, тощо.

Перша ярмарка ідей (Pitch-event), за результатами якої будуть визначені стартапи, які отримують безповоротну фінансову допомогу повинен відбутися вже до кінця цього року.

В свою чергу, міністр фінансів Оксана Маркарова заявила, що фонд буде максимально віддалений від держави.

«Держава повинна займатися політикою, а адмініструванням повинні займатися спеціалісти, які зроблять результат без бюрократії» Найліпшим результатом фонду буде кількість команд, що отримують фінансування безповоротно та які зможуть бути успішними комерційними командами» заявила Маркарова.

Ще Міністерство фінансів спільно з міжнародними партнерами запустило Програму Європейського Союзу з управління державними фінансами в Україні (EU4PFM).

Головними задачами програми прийняті наступні:

- залучення кваліфікованих науковців, розвиток інноваційності та конкурентоспроможності європейської промисловості й бізнесу;
- створення індивідуальних дослідницьких проектів в усіх галузях знань:
- фінансування нових технологій;
- фінансування розробок нових технологій і матеріалів, включно з космічними дослідженнями.

В межах цього напрямку доступні фінансові інструменти для впровадження інновацій у малому та середньому бізнесі.

Що два роки Європейська Комісія готує і публікує Робочі Програми для кожного окремого напрямку. 27 жовтня 2017 року Європейська Комісія представила нову Робочу програму «Горизонт 2020», що охоплює 2018, 2019 та 2020 бюджетні роки і передбачає фінансування на рівні близько 30 мільярдів євро.

Українські установи, організації з кожним роком беруть все активнішу участь у програмі «Горизонт 2020». Починаючи з 2014 року і дотепер (станом на кінець січня 2019 року) українські учасники

отримали 171 грант на суму 29 690 000 євро. Загальна кількість українських організацій, що приймають участь у програмі – 238. Загалом українські учасники координували 22 проекти, 4 з них наразі ще реалізуються.

Серед учасників проекту середні та малі підприємства займають 52,2% (87 частей, 15,51 млн євро);

Саме зараз вже на початковій стадії фінансування стартапів в Україні хочу звернути увагу на наступне

Проект стартап належить тільки до її засновників і є їх інтелектуальною власністю. З того моменту як учасники проекту почнуть рекламувати рішення тобто спосіб реалізації ідеї, то цей проект вже не належить проектантам, бо він вже стає відомим третім особам, які можуть його скопіювати і привласнити, в тому числі інвесторами. В такому випадку засновники проекту не зможуть відсудити його, бо він не був зареєстрований у відповідних державних реєстрах, або у вигляді патенту на винахід, якщо йде мова про нову технологію, або товарного знаку, саме логотипу стартап компанії, що є також вашою інтелектуальною власністю. Ним мусить бути маркований вироблений продукт, що можна було його відрізнити від іншого. Досить подати заявку винахід або товарний знак в Український інститут інтелектуальної власності і ви будете мати пріоритет і вже ніхто не зможе привласнити чи підробити ваше інноваційне рішення чи товарний знак. Перед тим як випускати нову продукцію на внутрішній ринок треба виявити конкурентів і попит вашої продукції, зробити пошук чи не є подібних технологій або продуктів, маркованих до того ж подібним знаком. За бажання імпортувати нову продукцію на зовнішній ринок слід зробити міжнародну реєстрацію товарного знаку, який діятиме в декількох зазначених вами країнах Європи або у всіх 28 країнах Європи.

На кінець хочу побажати успіху у створенні нових інноваційних рішень, і, надійно захистивши їх як свою інтелектуальну власність, захищати перш за все внутрішній ринок, створивши продукцію за цими інноваціями. Крім того бажаю, щоб ви створили продукцію, конкурентоздатною на зовнішньому ринку на такому рівні, не тільки покупців, але й достойних партнерів для розвитку взаємовигідного партнерства на міжнародному ринку.

Kavun-Moshkovska O.A.,
Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor
of the Trade Entrepreneurship and Logistics Department, KNUTE

KEY TRENDS AND INNOVATION TECHNOLOGIES IN E-COMMERCE

The main goal of each company is «to become stronger and better equipped to meet fast-changing consumer demand, to better understand consumer behavior and to create increasingly customized offerings» [1].

5G technology, the fifth generation of mobile connectivity, is expected to bring faster speed, higher capacity, greater responsiveness and better dependability. This major upgrade in the network will allow companies to improve e-commerce operations and increase the efficiency of in-store technology, generating higher sales conversion [1].

The advent of 5G will reduce barriers to entry, as processes shift to the cloud and smartphones are able to serve as AR devices.

The widespread use of 5G technology will also enable shoppers to browse websites faster, shop on the go more seamlessly and engage in more personalized online experiences.

The introduction of 5G networks will allow e-commerce apps to use more data intense programs using AI and machine learning, as well as a higher reliance on AR and VR.

5G connectivity will also enable new applications such as tactile Internet, the ability to emulate the sensation of touch through connected devices, potentially creating features such as shoppers being able to feel fabrics through a connected device.

The expansion of virtual assistants such as Amazon's Alexa, Apple's Siri and Google Assistant will change the way we interface with the digital world: innovation in audio advertising, sonic logos and branded podcasts are a few of the options available [1]. A recent study by OC&C Strategy Consultants forecasts global voice commerce sales to rise to about \$40 billion by 2022 from just \$2 billion today [1].

Banking-as-a-service (BaaS) and digital payment solutions will see exceptional growth in the future. Digital payment solutions will primarily focus on [1]:

- Enabling phone or smartwatch purchases.
- Establishing ecosystems that unlock customer insights and forge loyalty by providing convenience, value and security.
- Implementing facial recognition.

- Allowing for more seamless, convenient, fast, and secure transactions.

Livestreaming will play a bigger role in e-commerce in the future, as it enables brands and retailers to market their products to consumers in real time and offers consumers the advantages of limited-time discounts [2].

Livestreaming sessions host real-time broadcasting of video content by presenters such as social media influencers that model or try out products. Viewers are able to purchase featured items while watching a video through embedded online links.

Brands will move away from using KOLs to the KOCs (everyday consumers who offer impartial product reviews). KOCs are gaining popularity because consumers are becoming increasingly aware that KOLs are being sponsored by brands to make product recommendations, so they tend to believe that the information presented by them is less credible and authentic [2].

E-commerce platforms will increasingly embrace group buying in the future, which offers products and services at significantly reduced prices if consumers buy in large quantities. This shopping model is attractive for shoppers with a limited budget, as they can join together to take advantage of the lower prices. Alibaba launched its flash-sale and group-buying platform Juhuasuan in 2010 [2].

Mini programs operate within apps such as Alipay, Meituan and WeChat. They offer brands an additional online platform to market and sell their products, and users can perform similar functions without having to download a separate app. Used as a secondary sales channel, mini programs can list in-demand items that sell quickly through flash sales promotions [2].

Vertical marketplaces are e-commerce platforms on which goods and services are sold to specific groups of customers. Vertical platforms naturally bind like-minded consumers together and lead to strong social communities that are centered around a particular sector or product [2].

List of used sources

1. Retail 2020: 10 Retail-Tech Startup Trends. URL: <https://coresight.com/research/retail-2020-10-retail-tech-startup-trends/>
2. Retail 2020: 10 Trends for China E-Commerce. URL: <https://coresight.com/research/retail-2020-10-trends-for-china-e-commerce/>

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БРЕНДА КОМПАНІЇ

На ринку України функціонує значна кількість агентств та консалтингових компаній, що використовують новітні механізми та методи просування для забезпечення та перетворення брендів в інструмент максимізації прибутку підприємства. Розвиток цієї галузі знаходиться в постійному розвитку – інструменти управління брендом еволюціонують, методики стають сучаснішими, можливості та досягнення зростають. Бренд стає все більш значущим керованим активом та приносить компанії прибуток .

Використовуючи еволюційні методи створення та управління брендами, компанії здатні створювати кардинально відмінні між собою товари, тобто ідентифікувати та відрізнити їх. З розвитком економічних відносин для компаній, бренд – це бізнес, який має ряд переваг та потребує значних витрат та зусиль. В житті компаній бренд – це не просто набір атрибутів, знаків, а й емоційна значущість, певний сенс діяльності підприємств, що потребує філософського осмислення дій.

Головною метою є чітке визначення цілей та завдань підприємства, а також шляхів та способів їх реалізації. Планування в бренд-менеджменті – це в першу чергу формування основної ідеї бренда, що здійснюється з урахуванням його основних складових, як [1]:

- сутність бренду, що відображає головну мету існування бренду, а саме – як його сприймають компанії-власники;
- драйвери бренду – головні мотиви, що спонукають споживачів взаємодіяти з брендом;
- бачення бренду – характеристика бренду, яка сприяє визначенню стратегічних дій компанії та їх використання у відповідності зі своїми цінностями, цілями та місією;
- позиціонування бренду, стратегії формування та розвитку бренду.

Функції організації та контролю в бренд-менеджменті – це створення реальних умов для досягнення запланованих цілей, що полягає у чіткій координації дій та контролі за виконанням [102, с. 83]. Успішність діяльності компанії буде залежати від обґрунтованості та своєчасності виконання поставлених завдань та досягнення цілей.

Для більш чіткого розуміння системи бренд-менеджменту необхідно розглянути процес управління брендом. Процесна модель формування та розвитку бренду являє собою безперервний процес впливу на бренд, який здійснює компанія-власник через канали комунікації, та постійний аналіз бренду з метою створення та розвитку унікального образу об'єкта споживання, що включає в себе формування, розвиток, репозиціонування. Всі елементи процесу бренд-менеджменту направлені на підвищення капіталізації бренду та збільшення прибутку компанії.

Бренди набувають все більшого значення як матеріальний актив компанії, що примножують прибутки підприємства та дозволяють розширювати горизонти економічної діяльності підприємства загалом. Ефективні бренди слугують механізмом зниження ризиків, забезпечення стабільності попиту та створення додаткових переваг, що в свою чергу зменшують статті витрат підприємств.

Запорука успіху створення та розвитку бренду в є максимальна диференціація від продуктів – аналогів, або замінників, що пропонуються конкурентами та вимагає максимальної персоналізації та уваги до клієнта.

Список використаних джерел

1. Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://www.mmarketing.ru/articles/info/article68.html>.

Кваша Т.К.,

зав. відділу,

Паладченко О.Ф.,

зав. сектору Українського інституту науково-технічної експертизи та інформації

ФІНАНСУВАННЯ ЗА ВИЗНАЧЕНИМИ ПРІОРИТЕТАМИ СТВОРЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК НАПРЯМУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення та впровадження науково-технічної продукції, є одним із напрямів інноваційної діяльності [1]. Ефективна реалізація результатів наукових досліджень в Україні з можливістю виходу на світові ринки сприяє інноваційному розвитку держави [2]. Серед шляхів реалізації науково-технічної продукції важливе місце має бюджетна

підтримка інноваційної діяльності за пріоритетними напрямками, моніторинг та оцінка її результатів [3].

За даними розпорядників бюджетних коштів, у 2018 р. загальний обсяг бюджетного фінансування стратегічних пріоритетів інноваційної діяльності у 2018 р. становив 291,5 млн грн або 112,5 % порівняно з 2017 роком. Обсяг бюджетного фінансування у розрізі середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня (далі – середньострокові пріоритети) становив 231,6 млн. грн, або 79,5 % від загального обсягу фінансування стратегічних пріоритетів. Порівняно з 2017 р. обсяг фінансування середньострокових пріоритетів збільшився на 17,4 % (у 2017 р. порівняно з 2016 р. на 31,7 %). За всіма сімома стратегічними пріоритетами у 2018 р. фінансуванням було охоплено 35 або 85,4 % (2017 р. – 34 або 82,9 %) із 41 затверджених Урядом середньострокових пріоритетів [4]. При цьому, як і в 2017 р., за чотирма стратегічними пріоритетами (другим, третім, четвертим та шостим) профінансовано всі середньострокові пріоритетні напрями.

Найбільші обсяги фінансування (62,4 %) середньострокових пріоритетів здійснено за стратегічним пріоритетом 4 (сфера АПК), найменші (0,3 %) – за пріоритетом 5 (сфера медицини). У 2017 р. найбільші та найменші обсяги коштів було здійснено відповідно за цими ж напрямками. У 2018 р. порівняно з 2017 р. відбулося збільшення фінансування середньострокових пріоритетів за шістьма (крім 5-го) стратегічними пріоритетами, з яких суттєве (у 2,6 разу) – за стратегічним пріоритетом 2 (сфера транспорту). Загалом із 35 профінансованих у 2018 р. середньострокових пріоритетів переважні обсяги фінансування (91,6 %) спрямовано на 15 середньострокових пріоритетів, з яких 67,9 % – на шість середньострокових пріоритетів за 4-им стратегічним напрямом (АПК).

У 2018 р. видатки на середньострокові пріоритети здійснено за рахунок загального (0,6 %) та спеціального (99,4 %) фондів державного бюджету трьома розпорядниками коштів: МОН, Мінприроди та НААН, у 2017 р. – також за рахунок загального (0,7%) та спеціального (99,3 %) фондів трьома зазначеними розпорядниками коштів. МОН – єдиний розпорядник, як і у попередні роки, здійснював фінансування за всіма стратегічними пріоритетами.

Переважну частку бюджетних коштів (92,6 %), як і в попередні роки, спрямовано на виконання НДДКР. Частка обсягу фінансування середньострокових пріоритетів у номінальному ВВП у 2018 р. становила 0,0065 %, 2017 р. – 0,0066 %, 2016 р – 0,0063 %.

У 2018 р. порівняно з 2017 р., із врахуванням особливостей цінової політики у досліджуваному періоді, відбулося незначне

зменшення обсягів фінансування середньострокових пріоритетів інноваційної діяльності, незважаючи на абсолютне зростання.

Водночас збільшилася кількість профінансованих середньострокових пріоритетів, що свідчить про розширення тематичного діапазону НДДКР, створення та впровадження науково-технічної продукції за їх результатами у рамках інноваційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України / Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. Розпорядження КМУ від 10.08.2019 р. № 526 / Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80>
3. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI / Верховна Рада України. Законодавство України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.
4. Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017–2021 роки. Постанова КМУ від 28.12.2016 р. № 1056 / Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1056-2016-%D0%BF>

Кондратюк О.І.,
к.е.н., доцент, КНТЕУ,
Стояненко І.В.,
к.е.н., доцент, КНТЕУ

ПРІОРИТЕТИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Забезпечення високих темпів розвитку економіки України в довгостроковій перспективі напряму залежить від обсягів фінансування капітальних вкладень. Саме з капітальними інвестиціями пов'язують стрімкий індустріальний розвиток країн Азії та економічне зростання країн східної Європи. Зокрема, саме значний притік іноземного капіталу сприяв значному зростанню економіки Польщі, крім того половина її зовнішніх боргів була списана. Як бачимо, в сучасному світі інвестиції відіграють не останню роль у розвитку економічних систем.

З моменту набуття Україною незалежності, не дивлячись на намагання влади забезпечити сталий економічний розвиток та процвітання, економічного «дива» в нашій країні так і не сталося. За обсягом номінального валового внутрішнього продукту на душу населення у 2018 році Україна опинилася на 128 місці з 187 можливих в рейтингу, сформованому за даними Міжнародного валютного фонду [1]. За період з 2010 по 2018 рік обсяги номінального ВВП в Україні мають сталу тенденцію до зростання (+ 2,3 рази), але у постійних цінах 2010 року ВВП у 2018 році навіть не досяг рівня 2010 року [2]. Майже тридцятирічний економічний спад в Україні, на думку В. Власюка, призвів до «спрощення і руйнації людського капіталу ..., що стає не наслідком, а внутрішньою причиною подальшої втрати індустріального потенціалу і структурного спрощення економіки» [3] нашої країни.

Будучи у ХХ сторіччі однією з найосвіченіших націй світу, на сьогодні Україна активно втрачає свої позиції, а неналежна державна підтримка розвитку науки, техніки та технологій, низькі заробітні плати та відсутність необхідних умов для роботи, спонукають кращих науковців та фахівців в різних галузях, де можливі відкриття та винаходи, виїжджати за кордон, приймаючи пропозиції про співпрацю іноземних компаній. Як наслідок, рівень наукоємності ВВП в Україні у 2018 році склав 0,47, в той час як частка обсягу витрат на НДР у ВВП країн ЄС-28 у середньому в 2017 році становила 2,06% [2]. В нашій країні найвищого значення цей показник набув у 2009 році (0,86). Однак починаючи з 2010 року він має стійку тенденцію до скорочення [2], а отже перехід національної економіки до нового технологічного устрою в найближчій перспективі практично не можливий. Підтвердженням даної тези може слугувати і динаміка питомої ваги капітальних інвестицій у ВВП України у 2010–2018 рр. (рис. 1).

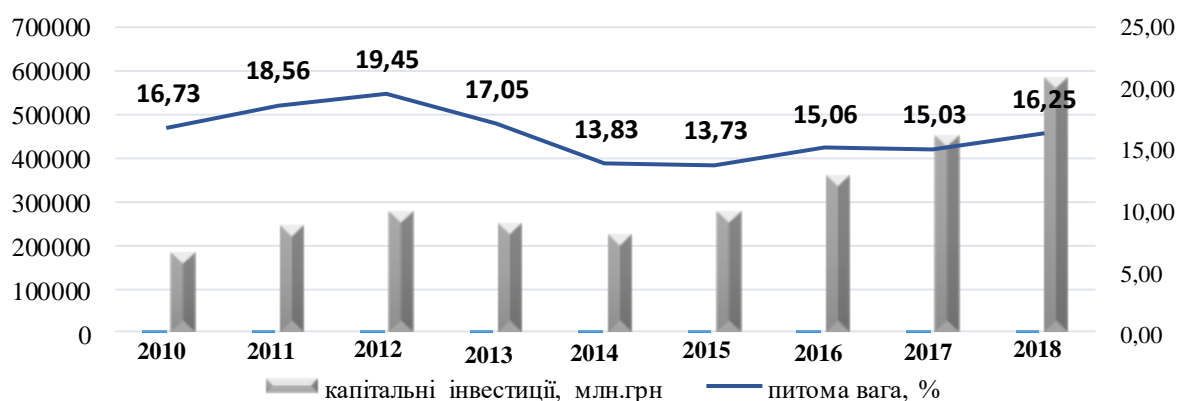


Рис. 1. Обсяги та питома вага капітальних інвестицій у ВВП України, 2010–2018 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [2].

Як бачимо частка, капітальних інвестицій у ВВП України не перевищувала протягом 2010-2018 року 20 % (в докризовому 2008 році вона становила 27,5 %) [2]. Така ситуація є свідченням того, що в країні не створюється підґрунтя для технологічної модернізації та структурних змін у національній економіці. Для активізації інвестиційної та інноваційної діяльності необхідно розуміти, які сфери інвестування мають стати на сьогодні пріоритетними, щоб забезпечити розвиток економіки країни в цілому. Серед основних, вважаємо, інвестиції у промисловий сектор, які дозволять виготовляти готову продукцію, сприятимуть створенню додаткових робочих місць та зростанню ВВП. Інакше, зважаючи на сучасні тенденції, Україна і надалі буде цікава закордонним економічним партнерам тільки як сировинна база.

Для сприяння залученню інвестицій, Україна не повинна перебувати в режимі пасивного очікування інвестора, так як країн, які борються за інвестиції дуже багато, і на їх фоні Україна не виглядає перспективною. Залучення капітальних інвестицій потребує створення в нашій країні відповідних умов, які б демонстрували позитивне відношення до інвестора: по-перше, це економічні та політичні гарантії інвестору; по-друге, стала законодавча база та незаангажована судова система; третє, фінансова підтримка з боку держави, яка окупиться у вигляді експорту, робочих місць та приросту економіки; четверте, створення необхідної базової бізнес-інфраструктури, що значно полегшить втілення в життя інвестиційних проектів.

Список використаних джерел

1. World Economic Outlook Database, April 2019. *Міжнародний валютний фонд*: офіційний сайт. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2019/01/weodata/weorept.aspx?sy=2018&ey=2018&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=512>
2. *Державна служба статистики України*: офіційний сайт. 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Власюк В. Траєкторія українського ВВП: чи є можливість її змінити: сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/05/7/647578/>

Краус Н.М.,
д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів та економіки
Київського університету імені Б. Грінченка

Осецький В.Л.,
д.е.н., професор, професор кафедри економічної теорії,
макро- і мікроекономіки
Київського національного університету ім. Т. Шевченка

Краус К.М.,
к.е.н., доцент кафедри управління
Київського університету імені Б. Грінченка

ЕКОСИСТЕМА ІННОВАЦІЙНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ В КОНКУРЕНТНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ

Нові характеристики цифрового, інноваційного економічного простору вимагають перейти від культу ефективності й раціональності до перенесення акцентів на відкритість, демократизацію, соціологізацію, креативність організаційних процесів, нерівноважність та нелінійність управлінських ієрархічних ланцюгів, непередбачуваність і різноманітність траєкторій розвитку суб'єктів господарювання різних рівнів агрегації.

Основними цілями екосистеми інноваційно-підприємницького університету, яка нами наглядно представлена на рисунку 1, є прискорене зростання, модернізація та покращання конкурентоздатності ключових секторів національної економіки, ріст нових сегментів за рахунок кращої підготовки до цифровізації, сприйняття інновацій, нові бізнес-моделі. На рисунку 1 можна побачити, як структура екосистеми інноваційно-підприємницького університету під впливом відкритих інновацій, ціни на послуги, цифрового підприємництва, доступу до ширококутного Інтернету, набуває вигляду ланцюга типу:

*«Розробники-Власники-Провайдери-Рекламодавці-Регулятори-
Користувачі»*

Інноваційні екосистеми підприємницьких університетів утворюють координаційні центри, де зустрічаються в рамках інноваційної співпраці університети і компанії, які формують кластери (рис. 1). Працюючи з малими і середніми суб'єктами господарювання й над стартап проектами, інвестори мають змогу усунути неточності, що мають місце в бізнес-ідеях. В ході функціонування екосистеми

виявити та довести до відома урядовців «вузькі» місця, які є в українському законодавстві.

Структура екосистеми в рамках інноваційно-підприємницького університету може мати наступний робочий ланцюг виду:

«стартап школа – фестиваль інноваційних проєктів – бізнес-інкубатор – інноваційне технологічне середовище – центр інтелектуальної власності – венчурний фонд»

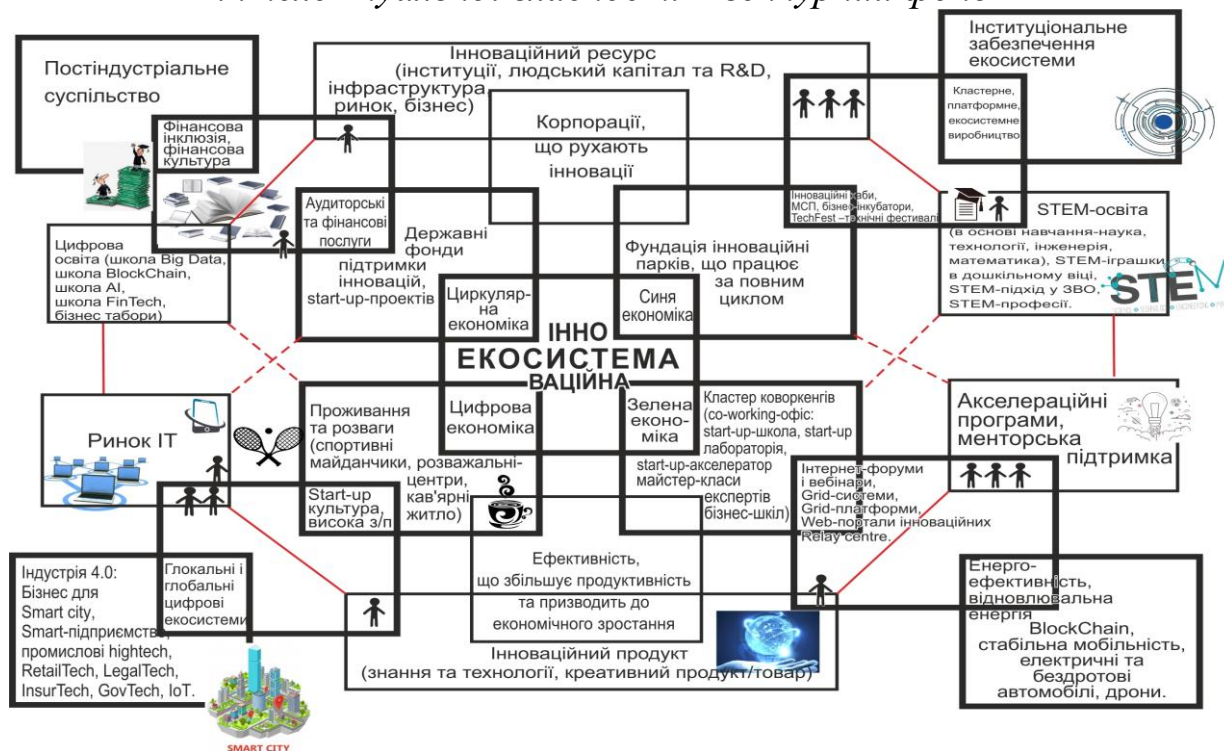


Рис. 1. Схематичне візуальне відображення синергетичного ефекту екосистеми інноваційно-підприємницького університету

Джерело: розробка авторів

Успішно функціонуюча екосистема інноваційно-підприємницького університету являє собою безперервний процес, що вимагає гнучкого мислення і створення такої організаційної структури, яка дозволить суб'єктам господарювання повсякчасно долучатись до пізнання цифрових трендів, рішень та навичків. Стратегія цифрових рішень екосистеми університету є такою, що орієнтована на продукти/послуги з додаванням інформації, яка забезпечує нову вартість для клієнтів. Роботу з інформацією в інноваційно-підприємницькому університеті можна представити ланцюгом типу:

«пошук-отримання-розпізнання-аналіз-фільтрація-збагачення-конструювання інформації-застосування».

Функціонування екосистеми забезпечується наявністю інноваційного ресурсу (інституції, людський капітал і R&D, інфраструктура,

ринок, бізнес), стабільною мобільністю, менторською підтримкою, акселераційними програмами та націлюється на результат у вигляді інноваційного продукту (знання й технології, креативний продукт/товар).

Крошка А.В.,
аспірант КНТЕУ 2-го року навчання,
спеціальність 051 «Економіка»
Мазаракі А.А.,
науковий керівник, д.е.н., професор

ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЦЕСІЇ

Рецесія економічного розвитку як окремої країни так і світу в цілому є обов'язковим органічним явищем, яке варто очікувати але неможливо передбачити. Зі світової кризи 2008 року значних корекційних рухів в економіках провідних країн світу не відбувалось. Завдяки вдалим з першого погляду заходів уряду, центральних банків та інших органів, зберігалось стабільне повільне економічне зростання. Але у 2019-2020 рр. мали місце події, що можуть стати катализаторами світового економічного спаду. Першим вісником стала торговельна війна між США та Китаєм, що прямо та опосередковано може вплинути на економіки більшості країн світу. Конфлікт інтересів двох країн досі залишається невичерпаним. Наприкінці 2019р. з'явилась нова загроза світовій економіці – розповсюдження вірусу COVID-19 на території Китаю, Європи та США. На фоні геополітичного напруження, біологічної загрози та інших факторів індекси провідних країн світу увійшли в зону значної корекції. Американський S&P500 втратив 14.5% від своїх максимумів, FTSE 100 (Великобританія) – 15.4%, DAX (Німеччина) – 16.44%, CAC 40 (Франція) – 15.9%, IBEX 35 (Іспанія) – 17.1%. У зв'язку з такими значними змінами в інвестиційному кліматі держав, з'явилися як нові загрози у сфері фінансового інвестування так і нові можливості.

У зв'язку із загрозами, що виникли, виробництво товарів та послуг може сповільнитись. Через режим карантину в деяких країнах, зокрема Китаї, відбудеться значний дисбаланс попиту і пропозиції. Поставки товарів і послуг, що виробляються на підприємствах в карантинному режимі можуть скоротитись, незадовільнені потреби в

цих товарах стануть причиною недовиробництва інших, це, в свою чергу, призведе до значних порушень операційного циклу і втрат прибутковості багатьох підприємств. Попит на ряд товарів та послуг також може скоротитись. Серед секторів економіки, що знаходяться під найбільшою загрозою є туризм, ресторанний бізнес, сектор розваг, авіап перевезення, логістичний бізнес. Великих ризиків набуває і фінансовий сектор через пониження облікових ставок в ряді провідних країн світу для умисного здешевлення грошей і погашення паніки на фондових ринках. Усі вище вказані компоненти поточної економічної рецесії прямо і опосередковано вплинуть і на економіку України. У зв'язку з такими ризиками, хорошим інструментом для хеджування основної діяльності і пом'якшення наслідків економічного спаду можуть стати правильні фінансові інвестиції.

Впродовж корекції на світових фінансових ринках 2020р. з'являється можливість придбати наступні цінні папери, за рахунок яких можна зберегти та примножити свої активи:

- Акції висококапіталізованих надійних зарубіжних компаній, що до цього були в зоні перекупленості через високий попит на них серед інвесторів.

- Акції компаній, що належать до захисних секторів таких як товари першої необхідності, компанії, що надають комунальні послуги, сектор охорони здоров'я та ін. На приклад на фондовому ринку США з початку року ці сектори були найбільш стійкими до кризових явищ і продемонстрували найменший спад (9.2%, 3.6% та 7.3% падіння відповідно). В цей час фінансовий сектор, сектор промислових товарів та сировинний сектор продемонстрували падіння більше 15%.

- Пут опціони на високоризикові активи та індекси.

- Індекси волатильності (на приклад VXX, TVIX для фондового ринку США).

- Державні облігації з високим рейтингом (як короткострокові так і довгострокові).

- Базові активи, такі як золото, платина, срібло, паладій та ін.

- Іноземні валюти.

У всіх вище вказаних фінансових інструментах є два типи особливостей, що можуть принести економічний ефект при фінансовому інвестуванні:

1 тип: фінансовий інструмент в період рецесії набуває високу інвестиційну привабливість за рахунок значного зниження його ціни і високого рівня фундаментальних параметрів. Придбання таких

активів дає можливість отримати значний прибуток після завершення піку економічної рецесії.

2 тип: фінансовий інструмент росте в своїй ціні при економічному спаді. Через паніку на ринках і значний відтік капіталу інвесторів в захисні активи, попит на фінансовий інструмент росте і відповідно на піках економічного падіння інвестор отримає пікову дохідність свого фінансового інвестиційного портфеля.

Список використаних джерел

1. Free stock charts Tradingview [Електронний ресурс] / Tradingview – режим доступу: tradingview.com.
2. Financial Visualizations [Електронний ресурс] / Finviz – режим доступу: <https://finviz.com>

Кудирко Л.П.

к.е.н., професор кафедри світової економіки КНТЕУ

ПРІОРИТЕТИ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ В РЕГУЛЯТОРНІЙ ПОЛІТИЦІ ДЕРЖАВ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ДОБИ

Статус національної економіки в системі міжнародних економічних зв'язків традиційно ототожнюється з її ресурсним потенціалом, економічною та військовою потугою. Саме ці критерії знаходилися в пріоритеті національних регуляторних політик, на їх основі донині здійснюється міжнародне рейтингування країн, виокремлюючи групи держав – глобальних лідерів та аутсайдерів. Разом з тим в умовах безпрецедентних ризиків глобального розвитку ХХІ століття за надвисокого рівня взаємозалежності між країнами підвищення статусу окремої держави не може здійснюватися через досягнення нею вищих рівнів валових показників національного продукту, видатків на військову сферу, у т.ч. фінансування ядерного озброєння. Все більшої ваги набувають детермінанти стійкого соціально-економічного розвитку, ідеологічної переконливості і привабливості національних стандартів та пріоритетів споживчої та підприємницької культури.

Дискурс щодо необхідності заміни усталеного підходу до виміру національного економічного успіху країн в добу постіндустріальних трансформацій, посилення ролі неформальних інститутів у формування добробуту націй і їх міжнародної конкурентоспроможності точаться вже не одне десятиліття як в науковому експертному

середовищі, так і на рівні представників відповідального політикуму та міжнародних організацій. Певні кроки в цьому напрямку вже зроблено. Зокрема, на Всесвітньому економічному форумі в Давосі (2018) представлено у певній мірі альтернативну систему оцінки економічного розвитку країн, яка враховує більш широкий спектр детермінант його забезпечення. Це «індекс інклюзивного розвитку» (Inclusive Development Index[1]) як прототип валового внутрішнього продукту (ВВП) – донині головного економічного показника, за яким визначається становище країни в світі. Його завдання полягає в чіткій ідентифікації досягнення того чи іншого суспільства в сталому і інклюзивному економічному розвитку, який враховує як економічні, так і соціальні, екологічні, врешті решт цивілізаційні успіхи, оскільки ґрунтується не лише на ВВП, а враховує ще інших 11 параметрів.

В останні кілька років набуває визнання й інший підхід до оцінювання конкурентного статусу країн в сучасну епоху тотальної інформатизації та інтенсивних трансконтинентальних переміщень робочої сили, туристів, студентів. Він уособлюється в розрахунку індексу «м'якої сили» країн, за яким вже кілька років поспіль формуються міжнародні рейтинги[2]. Цей індекс відбиває новітній суспільний запит на популяризацію ідеї національного успіху не стільки за критеріями економічних здобутків кожної окремої країни, скільки з огляду вагомості глобальної експансії її культури в широкому сенсі. Відтак все більшої підтримки набуває модернізаційна державна політика «м'якої сили», яку ми ідентифікуємо як комплекс заходів з реалізації національних інтересів через залучення сукупності нематеріальних ресурсів, культури, переконань і політичних ідеалів задля впливу на населення зарубіжних країн без залучення більш традиційних елементів силового, в тому числі військового, тиску.

Емпіричні узагальнення успіхів країн світу за критерієм результативності «м'якої сили» представлено консультаційною аналітичною організацією «Портленд», яка співпрацює з урядами, фондами та неурядовими організаціями в її щорічному аналітичному звіті «A global ranking of Soft Power», що презентує міжнародні рейтинги.

В умовах пластичності архітектоніки глобального політичного та економічного простору, викликаній посиленням ролі нематеріальних джерел економічного розвитку держав постіндустріальної доби, сформулюємо припущення, що важливість «м'якої сили» та інклюзивного розвитку як загальної стратегії підвищення конкурентного статусу окремих держав буде тільки зростати. Саме ці пріоритети варто розглядати в якості домінуючих детермінант трансформації умов та механізмів забезпечення розширеного відтворення в

держав, що орієнтуються на розвиток індустрії 4,0; саме вони виступають системоутворюючим каркасом для побудови моделі економічного розвитку, в якій репутація країни на міжнародній арені, її комунікаційні стратегії виходять на перший план.

Список використаних джерел

1. The Inclusive Development Index 2018/World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/.../the-inclusive-development-inde>
2. A global ranking of Soft Power 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://file:///C:/Users/Professional/Downloads/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>

Кужель Е. В.

Патентний повірений України

Ліпч Л. Г.,

д.е.н., декан факультету економіки і управління

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки

ТОРГІВЛЯ ПАТЕНТНИМИ ЛІЦЕНЗІЯМИ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ

Інновації та інтелектуальна власність з потребою правозахисту її об'єктів та реалізації останніх у реальному секторі економіки, є тісно пов'язаними між собою поняттями, які вкрай потрібні сучасним економічним умовам розвитку будь-якої країни.

Погоджуючись з думкою директора Центру розвитку інновацій цитуємо мовою оригіналу «Следует задуматься о том, как воспринимается инновационный процесс в общественном сознании нашей страны. Ученые требуют от политиков не разыгрывать «инновационную карту» в своих интересах. Политики требуют от учёных более эффективного перевода экономики на инновационную модель [1]. Фактически каждая из сторон требует у другой денег и невозможного изменения привычного образа действий при полном согласии в том, что инновационный процесс находится в недопустимо плохом состоянии. Сразу напрашивается самоочевидный вывод: ни те, ни другие ситуацией с инновационными процессами не владеют, участвуя в нём лишь опосредствованно» [2].

З погляду авторів тез, засобом усунення протистояння думок науковців і політиків повинна бути однозначність розуміння: що ж таке «інновація». На даний час існує декілька визначень цього поняття, але найбільш вдалим є визначення, яке надане Міністром з питань науки і технічної політики РФ паном Б. Салтиковим: «Иновация – это проданное новшество». Ключове слово «проданное». Тобто новизна – не самоціль, а лише дорога до покупця. Пошук таких доріг – традиційна діяльність маркетолога. Якщо з'ясувати: хто саме купить нововведення (новшество), навіщо купляти та на яких умовах здійснювати покупку, це і буде відповіддю на питання чи потрібна інновація взагалі та кому саме вона потрібна.

Загальновідомо, що для об'єктивної оцінки технологій та конкурентоспроможності країн вповноважені міжнародні організації здійснюють їх рейтингування, користуючись відповідними індикаторами оцінок (індексами): індекс економіки знань, індекс спроможності до інновацій, індекс винахідницької (патентної) активності та ще декілька індексів. Недооцінювати такий індекс як винахідницька активність неможливо тому, що саме він демонструє технологічний рівень виробництва та рівень добробуту сучасного суспільства.

Внаслідок всесвітньої інтелектуалізації сучасної економіки сфера інтелектуальної власності (ІВ) стає дедалі більш значущою у політиці та вимагає стратегічних комплексних підходів до аналізу діяльності у цій сфері. У сучасній економіці ІВ є важливим джерелом конкурентних переваг реального сектору національних економік. Про високий рівень науково-технічного потенціалу країни і свідчить винахідницька активність. Статистичні звіти Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) містять індикаторні відомості, що дозволяють порівнювати розвиток ринків ІВ окремих країн. До таких відомостей зокрема належать: кількість поданих заявок у розрахунку на 1 млрд дол. ВВП; кількість поданих заявок на 1 млрд вкладень у НДДКР. Україна посіла 19-ту позицію у цьому рейтингу [3]. Україна входить до четвертого десятку країн, що здійснюють зарубіжне патентування винаходів за процедурою РСТ. При цьому, з погляду авторів, індикатор «патентна активність» як оціночний критерій недостатньо характеризує вплив на інноваційний процес. Більш точною характеристикою бажано було б визнати «індикатор ефективності патентування», який повинен характеризуватися співвідношенням кількості отриманих охоронних грамот (зокрема патентів) до кількості ліцензійних угод (або договорів про передачу прав інтелектуальної власності). Такий індикатор доречно корегувати із додатковим показником, а саме – коефіцієнтом генерування нових

технологій. Такий коефіцієнт може бути представлений як співвідношення кількості впроваджених нових технологій за визначений період часу, до кількості виконаних наукових розробок за цей же період.

Спираючись на інтелектуалізацію виробничих процесів слід визнати, що згадані категорії зв'язані з ефективністю національних інноваційних систем, основними формами взаємодії яких та каналами отримання і передачі технологій є купівля-продаж патентних та безпатентних ліцензій, а також інноваційних продуктів.

Список використаних джерел

1. «ЛигаБизнесИнформ», <http://news.liga.net/news/N0733114.html>
2. Пилянкевич Е. Инновационная экономика в Украине: путь наш тернист но перспективы светлые, тези доповіді на III Міжнародній науково-практичній конференції Ринок технологій: проблеми та шляхи вирішення, 2007 р. С. 99.
3. Global Intellectual Property Filings Up in 2013, China Drives Patent Application Growth [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2014/article_0018.html

Кулик М.В.,

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ

Полтавська О.В.,

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ

Романчук Л.Д.,

асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

В теоріях процесу прийняття рішень споживачами передбачається, що процес прийняття рішення щодо покупки складається з кроків, через які покупець проходить в процесі вибору і придбання товару чи послуги. Не кожен споживач проходить усі ці етапи, приймаючи рішення про покупку, і фактично деякі етапи можна пропустити залежно від типу покупок [1]. Особливості прийняття рішень споживачами в сфері гостинності зумовлені специфікою готельного продукту або послуги. На процес прийняття рішення щодо

бронювання готелю суттєво впливають фактори довіри і сприйняття бренду.

Бренд в готельному бізнесі впливає на сприйняття гостями готелю, особливо міжнародних готельних мереж стандартів обслуговування та попереднім досвідом. Водночас багатопаровість готельної послуги передбачає необхідність розробки алгоритму прийняття рішень споживачами. Останні кілька років готельні мережі направляють значні інвестиції для реклами, маркетингу та промоції бренду в соціальних мережах. Зокрема, лише в США, у 2010 році майже 1,7 млрд доларів витратили на маркетинг рекламодавці у соціальних мережах, 53% яких було виділено на рекламу у Facebook [2]. Феномен соціальних мереж полягає у формуванні цільової аудиторії споживачів на основі вивчення зв'язків, які користувачі підтримують один з одним в онлайн просторі. Сегментація в соціальних мережах передбачає виділення потреб, які різняться за рівнем їх важливості чи інтересу, який вони спричиняють для споживача. Ці категорії можуть ґрунтуватися на демографії, поведінці, психографії, типі клієнта та поведінці споживачів. Сегментація в соціальних мережах також означає визначення ключових чинників, які можуть впливати на поведінку покупців в Інтернеті, в основному використовуючи психографію.

Інноваційні інструменти маркетингу, які використовують готелі: маркетинг із вуст в уста, промоції та вірусна реклама. У соціальних мережах застосовуються дві можливості для покращення видимості: органічна акція або платне просування. Органічне просування стосується неоплаченого добровільного обміну вашими публікаціями. Тут ключовою є оптимізація пошукових систем (SEO), особливо для органічного просування. SEO стосується можливостей пошукових систем в Інтернеті знайти запит. Ця система називається крайовим рангом, або рангом сторінки. Таргетинг, сегментація, ціноутворення та повідомлення – це ключові фактори маркетингового поєднання. Використання інноваційних маркетингових інструментів дає можливість моделювати існуючі соціальні мережі, відстежувати розповсюдження маркетингових повідомлень та ступінь відповідного впливу споживачів через поширення коментарів і вражень [3].

Причини дослідження споживачів сфери гостинності допомагають готелям вдосконалювати свої маркетингові стратегії, розуміючи такі питання, як:

- психологія того, як споживачі думають, відчувають, міркують та вибирають між різними альтернативами (наприклад, брендами, послугами);

- психологія того, як на споживача впливає його оточення (наприклад, культура, сім'я, соціальні мережі, засоби масової інформації);

- поведінка споживачів та демографічні змінні, які мають суттєвий модеруючий вплив на взаємозв'язки конструкцій довіри та прийняття рішень під час покупки або прийняття інших маркетингових рішень;

- обмеження у знаннях споживачів чи можливостях обробки інформації впливають на рішення та маркетинговий результат;

- Як мотивація споживачів та стратегії прийняття рішень відрізняються між продуктами, які різняться за рівнем їх важливості чи інтересу, який вони спричиняють для споживача;

- Як маркетологи можуть адаптувати та вдосконалювати свої маркетингові кампанії та маркетингові стратегії для більш ефективного охоплення споживача.

Вивчення поведінки споживачів фокусується на тому, як люди приймають рішення витратити свої наявні ресурси (час, гроші, зусилля) на предмети, пов'язані зі споживанням. Тому існують необхідність у моніторингу потреб і цінностей споживачів і використанні інноваційних інструментів в управлінні поведінкою споживачів сфери гостинності.

Список використаних джерел

1. Marceda Bach, T., da Silva, W.V., Mendonça Souza, A. et al. Online customer behavior: perceptions regarding the types of risks incurred through online purchases. *Palgrave Commun* 6, 13 (2020). <https://doi.org/10.1057/s41599-020-0389-4>
2. Rogers, Mark, Clovis Chapman, and Vasileios Giotsas. «Measuring the Diffusion of Marketing Messages Across a Social Network.» *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, vol. 14, no. 2, 2012, pp. 97-130.
3. <http://imediainmatters.ca/four-things-consider-improve-companys-social-media-presence/>

Кульганік О.М.,

к.е.н., доцент

Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Інноваційний розвиток бізнесу неможливий без наявності необхідних умов інфраструктури, фахівців та достатньо підготовленого людського капіталу. Наукові дослідження, наукоємні технології та високотехнологічні виробництва є основою української економіки, фундаментом її зростання та конкурентоспроможності у світі.

У вітчизняній науковій літературі проблеми стану та перспектив розвитку інноваційного бізнесу в Україні досліджуються у працях Безвершенко Ю., Гарбара В.А., Лапко О.О., Менчинської О.М., Савчук Л.М., Савчук Р.В., Супрун С.Д., Удачиної К.О., Хачатрян В.В. тощо. Проте, дана тематика досліджена недостатньо глибоко та комплексно, оскільки сучасність потребує налагодження зв'язків між наукою та різними секторами економіки, наукою та бізнесом.

Метою тез є обґрунтування передумов і необхідності формування сприятливого стану та перспектив розвитку інноваційного бізнесу в Україні.

Особливою рисою інноваційної діяльності бізнес-структур є їх переважна орієнтація на створення продуктових інновацій, а не нових технологій, хоча саме така орієнтація приносить найбільший комерційний успіх на початковому етапі функціонування на ринку. Бізнес є інноваційним за своєю природою та вносить істотний внесок у зміну структури різних секторів і видів економічної діяльності національного господарства, виступає основою формування нових ринків. Сучасна бізнес-модель є такою конструкцією, що трансформує інноваційні технології в економічні вигоди для підприємства та високу споживчу цінність для клієнтів [1]. Наприклад, саме малі підприємства в таких секторах як біо-, нано- та інформаційні технології стають основними постачальниками нової продукції в країнах ЄС. Адже, Україна має виробляти та експортувати товари з високою доданою вартістю, створювати нове й унікальне.

Технологія побудови інноваційної моделі бізнесу досягається завдяки детальному розробленню та плануванню таких ключових елементів (рис. 1) [1].

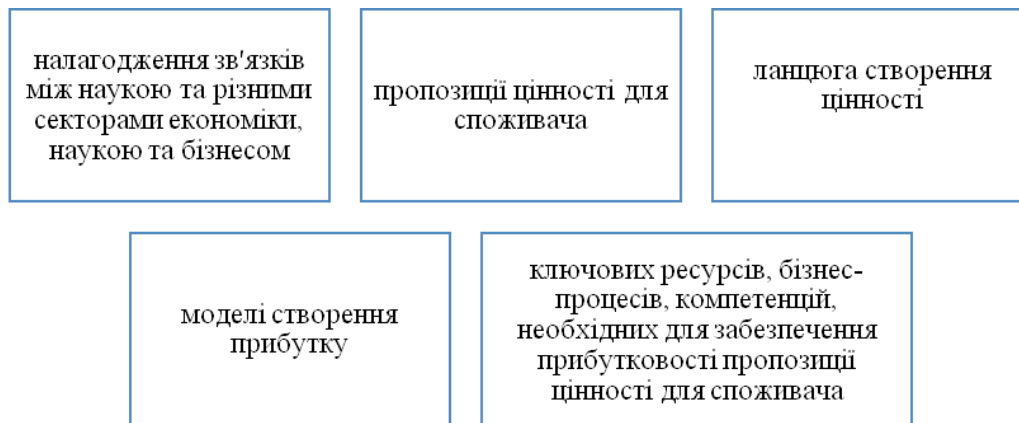


Рис. 1. Елементи інноваційної моделі бізнесу в Україні

Розвиток ІТ-індустрії України свідчить, що у 2019 році надходження податкових платежів та єдиного соціального внеску від ІТ-індустрії сягнули 16,7 млрд грн порівняно з 13 млрд грн у 2018 році:

- експорт комп'ютерних послуг становить 4,17 млрд дол., що більше за виручку від експорту пшениці (3,65 млрд дол.) [2];
- 16,7 млрд грн – це третина (32 %) витрат держбюджету України на освіту у 2019 році чи майже половина (43 %) – на охорону здоров'я.

Наприклад, Вінницький регіон займає 6 місце в Україні за кількістю ІТ-фахівців, 1500 \$ – середні щомісячні доходи фахівців в індустрії, 11 ІТ-компаній із ТОП-50 України працюють у м. Вінниці. Чинником зростання українського ІТ-експорту є, перш за все, високий попит глобального ринку на ІТ-рішення і збереження контрактної моделі при взаємодії компаній та ІТ-фахівців.

З метою залучення інвестицій в економіку Вінницького регіону, забезпечення сприятливих умов для роботи бізнесу, поліпшення інвестиційного іміджу, а також забезпечення економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності у 2017 р. створено КП «Вінницький муніципальний центр інновацій». КП ВМЦІ працює над: розбудовою та облаштуванням Вінницького індустріального парку (в якості керуючої компанії); створенням Вінницького інноваційно-технологічного парку.

Отже, для розвитку інноваційного бізнесу в Україні необхідно створити умови, в яких науковці, маючи свободу наукової творчості, необхідну дослідницьку інфраструктуру, гідне матеріальне забезпечення, інтегровані в Європейський і світовий дослідницький науковий та інноваційний простір з метою формування конкурентоспроможної науково-технологічної сфери України.

Список використаних джерел

1. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства. URL: https://pidruchniki.com/85866/ekonomika/biznes-modeli_innovatsiynogo_rozvitku_pidpriyemstva (дата звернення: 06.03.2020).
2. Експорт українського ІТ за 2019 рік зріс на 30 %. URL: <https://itukraine.org.ua/eksport-ukrainskogo-it-za-2019-rik-zris-na-30.html> (дата звернення: 07.03.2020).

Кухта К.О.

*к.е.н., викладач обліково-фінансових дисциплін,
методист Лубенського фінансово-економічного
коледжу ПДАА*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

У відповідності з міжнародними стандартами «інновація» визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується. Тобто, інновація інтерпретується як перетворення потенційного науковотехнічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях (продуктових і технологічних інноваціях).

Проаналізувавши міжнародний досвід країн та внутрішні можливості й зовнішні умови України, можна дійти висновку, що потрібно впроваджувати стратегію випереджаючого розвитку економіки на основі інноваційної моделі, тобто активізації інноваційної діяльності. Особливою проблемою входження України в світовий економічний простір є формування ефективної інноваційної моделі, що відповідає б сучасним вимогам і забезпечувала не тільки розвиток зовнішньої конкурентної активності країни, скерованої на боротьбу із зовнішніми конкурентами, а й створення атмосфери внутрішньої конкуренції в самій країні. Тому важливим аспектом стратегічного вибору міжнародних пріоритетів є ступінь обґрунтованості управлінських рішень, що зумовлює успішність реалізації підприємницьких прагнень окремих економічних суб'єктів в умовах інтернаціоналізованого ринку, а також національних інтересів держави, спрямованих на підтримання економічної незалежності та безпеки.

Враховуючи зарубіжний та вітчизняний досвід, можна виділити декілька основних пріоритетних напрямів інноваційного розвитку зернового господарства:

- реструктуризація й оновлення матеріально-технічної бази зернопродуктового підкомплексу;

- використання нових сортів, які забезпечать підвищення продуктивності та якості зерна.

- впровадження інноваційних (енергозберігаючих та інтенсивних) технологій виробництва зерна;

- удосконалення структури посівних площ в господарствах.

Інтеграція України у світовий економічний простір потребує переведення вітчизняного аграрного виробництва на якісно нову – інноваційну модель розвитку та формування сучасної ринкової технологічної і технічної політики. Для виробництва зерна в сільськогосподарських підприємствах налічується 182,6 тис. тракторів, при технологічній потребі більш як 400,0 тис., 44,3 тис. зернозбиральних комбайнів при технологічній потребі 75,0–80,0 тис. од., 90,0 тис. плугів при технологічній потребі 151,0 тис. од., 124,0 тис. культиваторів при технологічній потребі 210,0 тис. од., 68,5 тис. зернових сівалок при технологічній потребі 102,5 тис. од., та інші технічні засоби, що становить менше половини технологічної потреби.

До того ж із зазначеної техніки понад 80% відпрацювала амортизаційні строки. Аналізуючи наявність і стан технічних засобів у господарствах слід відзначити, що технічний парк потребує значного оновлення.

На село слід направити енергонасичені трактори виробництва ВАТ «Харківський тракторний завод», ВО «Південний машинобудівний завод», трактори МТЗ, виготовлені на ТОВ «Укравтозапчастина», вітчизняні зернозбиральні комбайни «Херсонського комбайнового заводу», плуги, ґрунтообробні агрегати. Важливою складовою при цьому є високопродуктивна і високотехнологічна техніка. якісні показники якої мають бути доведені до рівня закордонних зразків.

Слід зазначити, що техніка, яка використовується у таких технологіях, є більш наукоємною, оскільки оснащена системами автоматизації контролю та управління технологічними процесами.

Значну інноваційну роль у забезпеченні високої ефективності сільськогосподарської техніки відіграють електронні системи. В конструкції тракторів і сільськогосподарських машин вони входять як незамінна складова частина у вигляді системи, що охоплює всю галузь рослинництва. Застосування супутникової навігаційної системи

DGPS дає можливість знизити рівень фізичного навантаження, зменшити енергозатрати, приділити більше уваги технологічному процесу й одержати позитивний ефект завдяки максимальному використанню ширини захвату, недопущенню великих перекриттів між суміжними проходами та перевитрат насіння, а також прогресивній організації праці.

Важливою складовою інноваційного процесу в аграрному секторі є виведення та впровадження у виробництво нових сортів зернових культур, які були б високоврожайними, адаптованими до вирощування в окремих кліматичних зонах та стійкими до шкідників і хвороб. Доведено, що в разі використання високоякісного насіння кращого нового сорту – це додатково 8–10 ц зерна з одного гектара за однакових технологічних витрат. У подальшій інтенсифікації рослинництва роль нових сортів та гібридів, дедалі зростатиме, бо селекційна новинка – це найефективніший та економічно найвигідніший шлях.

Але останніми роками у технологіях виробництва сільсько-господарської продукції відбуваються кардинальні зміни. Інноваційна концепція розвитку агротехнологій полягає у зниженні енерго- та ресурсомісткості технологічних операцій, біологізації землеробства, оптимізації термінів виконання передбаченого комплексу операцій, забезпеченні екологічності виробництва. Важливе значення для підвищення ефективності зернового виробництва є технології, які концентрують новітні досягнення науки і техніки та дають можливість реалізувати потенційну продуктивність сортів відповідно до ґрунтових особливостей і погодних умов і забезпечать одержання високих урожаїв. Нині у світовому землеробстві розробляють, вивчають і впроваджують кілька технологій землеробства – інтенсивну, біологічну (органічну) та прямої сівби (No-till) [3, с. 54].

Глобалізація, що стала однією з визначальних характеристик сучасної економіки, висунула перед урядами багатьох країн проблему пошуку нових форм і методів адаптації національно-економічного та політико-правового середовища до вимог здійснення міжнародних економічних відносин [2, с. 86]. На фоні глобалізації та лібералізації світової економіки, сфера науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт піддається досить суттєвим змінам [2].

Список використаних джерел

1. Лихочвор В.В. Про революційні зміни у технологіях в рослинництві / В.В. Лихочвор, В.Ф. Петриченко // *Зерно*. – 2010. –

- № 7. – С. 42–48. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навч. посіб. – Київ : Центр навч. літ., 2004. – 376 с.
2. Скрипко Т. О. Інноваційний менеджмент : підруч. / Т. О. Скрипко. – Київ : Знання, 2011. – 423 с.
3. Танчик С.П. Основні напрями розвитку землеробства в Україні / С.П. Танчик // Пропозиція. – 2008. – № 10. – С. 51–56.

Кушнарєнко Н.П.,
к.е.н, асистент кафедри світової економіки КНТЕУ,
Калінін В.В.,
аспірант ІПК ДСЗУ

МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний економічний розвиток держав базується на науково-технічному прогресі та інтелектуалізації виробництва. Одночасно вплив науки і нових технологій на соціально-економічний розвиток країн змінює структуру світової економіки. Інтелектуальна складова – знання людини, трансформуючись у наукові дослідження та виробництво, підвищують його ефективність і виступають як головний чинник економічного зростання, втілений в інноваціях.

Інновації – це результати наукових досліджень та розробок, спроможні покращити технічні, економічні, споживчі характеристики наявної продукції, процесів, послуг, або стати основою нових [4, с. 39–40].

Нерівномірність науково-технічного прогресу в світі створює об'єктивні причини для переміщення технологій між країнами, що сприяє розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва.

Міжнародне науково-технічне співробітництво – це форма міжнародних економічних відносин, яка представляє собою систему економічних зв'язків у сфері науки, техніки, виробництва, торгівлі і послуг, та існує на основі спільних намірів, закріплених у міжнародних договорах [5, с. 158–159].

Міжнародне науково-технічне співробітництво передбачає міжнародні програми науково-технічних досліджень, взаємодію в сфері інформації, ліцензування, інжинірингу, підготовку наукових і інженерно-технічних кадрів, проведення науково-технічних семінарів і конференцій, створення НДІ і лабораторій, проведення міждержавних консультацій з питань науково-технічної політики, ін.

Міжнародна передача технологій, яка може здійснюватися некомерційним і комерційним шляхом, посідає особливе місце в системі міжнародної економіки, і зумовлена такими факторами як виділення наукомісткої спеціалізації в міжнародному поділі праці, ринковий характер розвитку міжнародної економіки, що постійно вимагає інновацій, загострення міжнародної конкуренції за науково-технічні ресурси і продукти [6, с.102].

Інноваційна діяльність як інструмент підвищення рівня конкурентоспроможності країн впливає на їх позиції у світовій економіці. Розвиток України в найближчі десятиліття буде відбуватись в умовах жорсткої міжнародної конкуренції на фоні щорічних втрат позицій країни у рейтингу глобальної конкурентоспроможності. Зниження за останній рік становило 2 позиції CGI (з 83 у 2018 р. Україна перемістилась на 85 позицію у 2019 р.), а за п'ять років – 9 позицій (з 76 у 2014 р.).

За визначенням Світового банку, ключовим показником зусиль уряду і приватного сектору у досягненні конкурентних переваг держави в науці і техніці є витрати на дослідження і розробки (НДДКР), виражені у відсотках від ВВП. Так, в США даний показник складає 2,8%, в Японії – 3.2%, в Китаї – 2.1%, країнах Євросоюзу – 2.1%, в Україні – 0.4%.

Провідна роль у сприянні міжнародному науково-технічному співробітництву (в рамках довгострокової інноваційної політики) та розвитку власного інноваційного потенціалу належить державі. На перший план виходить забезпечення конкурентоспроможності національної економіки через її інноваційну складову. [6, с.271] Серед пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в Україні – провадження інноваційної діяльності з ефективним використанням вітчизняних та світових науково-технічних досягнень.

Також головною метою державної інноваційної політики України 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.

Через нестачу власних інвестиційних ресурсів виникає необхідність залучення прямих іноземних інвестицій. З метою здійснення фінансової підтримки інноваційної діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, а також залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для розвитку реального сектору економіки, підвищення вітчизняного потенціалу з експорту продукції, що вироб-

ляється на підприємствах галузей національної економіки, захисту та підтримки національного товаровиробника, згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» в Україні утворена Державна інноваційна фінансово-кредитна установа, яка належить до сфери управління Мінекономрозвитку та є державною установою.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
3. Постанова КМУ від 15 червня 2000 р. № 979 «Питання Державної інноваційної фінансово-кредитної установи». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/979-2000-%D0%BF>
4. Федулова Л.І. Інноваційна економіка / Л.І. Федулова. – Київ: Либідь, 2006. – 480 с.
5. Школа І.М. Міжнародні економічні відносини / І.М. Школа, В.М. Козменко, О.В. Бабінська. – 2-ге вид., перероб. і доповн. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2007. – 544 с.
6. Михайлишин Л.І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект: монографія / Л.І. Михайлишин. – Вінниця: ДонНУ, 2016. – 314 с.
7. URL:<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2019/economy-profiles/#economy=UKR>
8. URL:<https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>

Лабурцева О.І.,

д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ТОРГІВЛІ

Реалізація концепції маркетингу як способу досягнення цілей підприємства через визначення нестатків і потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності більш ефективними і більш продуктивними, ніж у конкурентів, способами, передбачає глибоке розуміння потреб і вподобань споживачів, мотивів та особливостей їхньої купівельної поведінки. Таке розуміння традиційно забезпечують маркетингові дослідження.

Методичний інструментарій маркетингових досліджень перебуває в процесі невинного розвитку, темпи якого суттєво зростають завдяки поширенню новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Аналіз практики застосування інноваційних технологій у маркетингових дослідженнях дозволяє виокремити три етапи, що розрізняються глибиною проникнення інновацій в зміст процесу дослідження.

На першому етапі інноваційні технології забезпечували лише нові форми для проведення традиційних маркетингових досліджень. Так, замість традиційних методів опитування набули поширення технології CATI (від англ. Computer Assisted Telephone Interview), CAPI (від англ. Computer Assisted Personal Interview) та CAWI (від англ. Computer Assisted Web Interview) [1, с. 65].

На другому етапі розвиток мережі Інтернет зумовив появу принципово нового способу дослідження купівельної поведінки споживачів – вебаналітики (від англ. Web analytics). Основним завданням вебаналітики є моніторинг відвідуваності вебсайтів, на підставі даних якого визначається вебаудиторія і вивчається поведінка вебвідвідувачів. Наприклад, такі системи, як Google Analytics, Live Internet, Similar Web, Adobe Analytics, ClickTale, SpyBOX тощо дають максимально детальну інформацію з можливістю перегляду всіх дій відвідувачів: рухи миші, кліки, клавіші тощо. За зібраною поведінковою інформацією будуються звіти у вигляді карт активності відвідувачів на сторінці [2]. Втім, вебаналітика дозволяє досліджувати лише онлайн-прояви купівельної поведінки споживачів.

Третій етап імплементації інноваційних технологій у процесі маркетингових досліджень характеризується проникненням до офлайн-сфери методів досліджень, раніше доступних лише в віртуальному середовищі. Так, у квітні 2020 р. в Києві відкриється торгово-розважальний центр Retroville – перший в Україні life-style центр, який об'єднує всі популярні формати в одному місці: дозвілля, спорт, розваги, шопінг. ТРЦ першим в Україні задіє WiFi-систему Shopster [3]. Оскільки 30-50% відвідувачів ТРЦ не вимикають WiFi на своїх смартфонах, створюється можливість відстежувати поведінку покупців відразу за кількома параметрами (рис. 1).

В ТРЦ буде встановлено близько 500 датчиків IBeacon – маленьких бездротових пристроїв. На підставі отриманої інформації створюється унікальна можливість вдосконалення рекламних та інших маркетингових активностей стимулювання збуту, а отже, суттєвого підвищення ефективності торговельної діяльності.

Відвідування Скільки людей, що проходять повз магазину, заходять до нього	Частота Як часто до магазину приходять одні й ті самі люди	Маршрути Як клієнти потрапляють до магазину і по яких маршрутах рухаються всередині	Перетинання Звідки прийшли відвідувачі магазину й куди пішли
Стать / вік споживача Якого віку споживачі магазину, які в них вподобання	Динаміка Зростає чи зменшується кількість постійних покупців	Зони Які відділи магазину користуються популярністю, а куди заходять рідко	Час Скільки часу відвідувачі проводять у різних відділах магазину

Рис. 1. Напрями досліджень поведінки споживачів системою Shopster

Джерело: складено за [3]

Подальший розвиток інноваційних технологій маркетингових досліджень буде полягати у інтеграції різних систем збирання даних для всебічної характеристики купівельної поведінки споживачів.

Список використаних джерел

1. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.
2. Вебаналітика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Вебаналітика>
3. ТРЦ Retroville першим в Україні впровадить технологію, що дозволяє аналізувати поведінку покупців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/retroville-2/>

Лагодзінська В.І.,

к. психол. н., ст. наук. співроб. лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ. Член Виконавчої Дирекції Української Асоціації організаційних психологів та психологів праці (УАОППП)

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЙ І ТИПВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК

Ефективне функціонування сучасних організацій значною мірою залежить від рівня креативності персоналу, його здатності розв'язувати проблеми, креативності робочого середовища. Слід зазна-

чити, що однією із важливих умов розвитку типу креативного потенціалу може виступати впровадження в організаціях певного типу організаційної культури. Вказана проблема не знайшла відображення в наукових працях.

Мета дослідження: дослідити взаємозв'язок між рівнем розвитку креативного потенціалу і рівнем розвитку типів організаційної культури організацій.

Для дослідження креативного потенціалу організацій використовувався опитувальник «Який Ваш креативний потенціал?». За допомогою опитувальника вимірювалися такі показники креативного потенціалу: креативність особистості персоналу; креативний підхід персоналу до розв'язання проблеми; креативність робочого середовища організації; загальний показник креативності.

Дослідження особливостей розвитку типів організаційної культури здійснювалося за методикою «Визначення типу організаційної культури» Ч. Хенді, яка дає можливість аналізувати такі типи організаційної культури: культура «влади», культура «ролей», культура «завдань», культура «особистості».

Вказані методики були складовими «Комплексу методик для вивчення особливостей та детермінант розвитку організаційної культури організацій», який використовувався для дослідження організаційної культури в рамках наукового проекту лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України «Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури» (науковий керівник – проф. Л. М. Карамушка).

1. Проведений аналіз наукових досліджень виявив позитивний статистично значущий взаємозв'язок між рівнем розвитку креативного потенціалу особистості персоналу ($r=0,172$; $p<0,01$), рівнем розвитку креативності робочого середовища організації ($r=0,385$; $p<0,01$), загальним показником креативності ($r=0,278$; $p<0,01$) та рівнем розвитку такого типу організаційної культури, як *культура «завдань»*.

Виявлено позитивний статистично значущий взаємозв'язок між рівнем розвитку креативного потенціалу особистості персоналу ($r=0,156$; $p<0,05$), рівнем розвитку креативності робочого середовища організації ($r=0,291$; $p<0,01$), загальним показником креативності ($r=0,249$; $p<0,01$) та рівнем розвитку такого типу організаційної культури, як *культура «особистості»*.

Суть встановлених *позитивних зв'язків* полягає в тому, що впровадження в організаціях таких типів організаційних культур, як *культура «завдань»* та *культура «особистості»*, сприяє підвищенню

рівня розвитку креативного потенціалу особистості, креативності робочого середовища організації і загального показника креативного потенціалу.

2. У дослідженні виявлено негативний статистично значущий взаємозв'язок між рівнем розвитку креативності робочого середовища організації ($r=-0,239$; $p<0,01$), загальним показником креативного потенціалу ($r=-0,158$; $p<0,01$) та рівнем розвитку культури «влади» .

Аналогічна закономірність, тобто *негативний статистично значущий взаємозв'язок*, виявлено між рівнем розвитку креативності робочого середовища організації ($r=-0,173$; $p<0,01$), загальним рівнем креативності ($r=-0,154$; $p<0,05$) та рівнем розвитку культури «ролей» .

Суть встановлених *негативних зв'язків* полягає в тому, що впровадження в організаціях культури «влади» і культури «ролей» обумовлює зниження рівня розвитку креативного робочого середовища організації і рівня розвитку креативного потенціалу організації в цілому.

3. Разом з тим, не виявлено статистично значущого взаємозв'язку між виявами креативного підходу персоналу до розв'язання проблем та певними типами організаційної культури. Очевидно, такий показник креативності організації не є «чутливим» до впливу організаційної культури і потребує врахування інших характеристик організації.

Отже, одержані результати свідчать про *наявність як позитивних, так і негативних, взаємозв'язків* між певними виявами креативності організацій (креативності особистості персоналу, креативності робочого середовища та загальний показником креативності) та певними типами організаційної культури.

Виявлені закономірності *доцільно враховувати* в практиці діяльності організацій з метою підвищення креативного потенціалу організацій.

Лагодзінський В.В.

к.іст.н., менеджер ТОВ «Корпорація Будтранс»

ОСОБИСТІСНІ ЯКОСТІ ЕМОЦІЙНОГО ЛІДЕРА

Розвиток емоційного лідерства у менеджерів та підприємців сприяє їх готовності позитивно впливати на вирішення проблем організаційного розвитку в організаціях та тісно пов'язаний із їх особистісними якостями. Цей взаємозв'язок може сприяти осмисленню

та вирішенню ряду стратегічних і тактичних завдань, покращенню рівня уміння управління відносинами, поліпшенню соціальної чуйності.

Мета дослідження: здійснення емпіричного дослідження взаємозв'язку особистісних якостей підприємця-лідера та навичок емоційного лідерства.

Розробкою та впровадженням поняття емоційного інтелекту та емоційного лідерства займались Д. Гоулман, Р. Бояціс та Е. Маккі, М. Кетс де Вріс, Ізард К., П. Саловеї та Д. Карузо, М. Чапмен, Д. Майер, Р. Бар-Он, Нестуля С. І., Реун Г.П., Белікова Ю.В. та ін.

Згідно моделі емоційного інтелекту розробленої П. Саловеєм і Д. Майєром, емоційний інтелект визначається, як здатність відстежувати власні та чужі почуття і емоції, розрізнити їх і використувати цю інформацію для направлення мислення і дій. Емоційний інтелект розглядається, як складний конструкт, що складається із здібностей трьох типів: ідентифікація і вираження емоцій, регуляція емоцій, використання емоційної інформації в мисленні і діяльності. Д. Гоулмен у своїй моделі, яка складається ще з кількох додаткових компонентів, а саме ентузіазму, наполегливості та соціальних навичок поєднав когнітивні здібності, що входили в модель Саловея і Майєра, з особистісними характеристиками.

Відповідно, можна зробити висновок, що емоційний інтелект складається з трьох важливих компонентів: здатність співпрацювати з внутрішнім середовищем своїх почуттів і бажань; здатність розуміти відносини особистості, що репрезентується в емоціях, і керувати емоційною сферою на основі інтелектуального аналізу і синтезу, сукупність емоційних, особистих і соціальних здібностей, які впливають на загальну здатність ефективно справлятися з вимогами і тиском навколишнього середовища.

Відповідно, з вищевикладеного можливо зробити висновок, що емоційний інтелект – це сукупність емоційних і соціальних здібностей, таких, як здатність до розуміння власних емоцій і емоцій інших людей, до управління емоційною сферою і самомотивації. Всі структурні компоненти емоційного інтелекту взаємопов'язані, і їх тісна взаємозалежність сприяє ефективній міжособистісній взаємодії. Складові емоційного інтелекту важливі і необхідні для внутрішньої регуляції власних емоційних станів і для успішного впливу на зовнішнє середовище. Розвиток цих складових сприяє особистісному, а також професійному зростанню особистості, впливаючи на його успішність в житті.

Засновники теорії емоційного лідерства Д. Гоулман, Р. Бояціс і Е. Маккі дійшли висновку, що основою реалізації лідерських здіб-

ностей керівника є його емоційний прояв. Вони вводять поняття резонансного лідерства – це лідерство на основі налаштування лідера і його аудиторії на одну емоційну хвилю. В основі резонансного лідерства лежить емоційний інтелект, активність свідомості, оптимізм і емпатія. На основі своїх досліджень вчені виділяють стилі лідерства, чотири з яких сприяють емоційному резонансу, а решта викликають дисонанс, якщо використовуються без урахування ситуації, а саме: ідеалістичний, навчальний, товариський, демократичний, амбіційний та авторитарний.

Згідно цієї теорії, перевагами емоційного лідерства, порівняно з іншими типами лідерства, є:

- спроможність аналізувати власні емоції та розпізнавати їх вплив на себе та інших, ситуацію в цілому;
- використання інтуїції у процесі прийняття рішень;
- адекватна самооцінка: розуміння власних сильних сторін і меж своїх можливостей;
- вміння контролювати руйнівні емоції й імпульси;
- лідерство базується на повазі та довірі, що робить його менш конфліктним та суперечливим, натомість стабільним та надійним;
- висока адаптивність у ситуаціях змін, у кризових умовах;
- висока ефективність роботи групи, що очолює емоційний лідер;
- ініціативність та креативність дії, що мають місце в професійній діяльності, сприяють розвитку групи, організації;
- сприятливий для роботи емоційний клімат у колективі;
- використання командної роботи та співробітництва

М. Кетс де Вріс у своїх працях визначає поняття емоційного лідерства у вигляді двофакторної моделі, яка нараховує дві ролі керівника-лідера: харизматичну та базову архітектурну. Харизматичний лідер Кетс де Вріса впливає на колектив через харизму, ніколи не зупиняючись на досягнутому, викликаючи почуття дискомфорту, він провокує оточуючих на активні дії.

Вітчизняні вчені Г.П. Рекун та С.І. Нестуля у своїх дослідженнях теорій емоційного лідерства зазначають, що вплив емоційного лідера не обмежується лише гарантією добре виконаної справи, люди і надалі будуть продовжуватися тягнутися до такого лідера, адже саме емоційний лідер пробуджує в людях позитивні емоції, які розкривають у них найкращі сторони.

У ході дослідження визначено, що особистісні якості виступають у тісному взаємозв'язку із лідерськими якостями. Особистісні

та лідерські якості пов'язані між собою та сприяють формуванню і розвитку емоційного лідерства. Таким чином, емоційний лідер, має вміти поєднувати та своєчасно, відповідно до сформованої ситуації, використовувати кожен із шести запропонованих стилів Гоулмана чи спиратися на двофакторну теорію Кете де Вріса, головне, щоб максимально розкрились його особистісні якості, його справжнє «я», і неважливо, відбудеться це через створення резонансу або з проявом харизми.

Лановська Г.І.,
к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів підприємства
Макарчук К.Ю.,
студентка КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛІСОВИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ

В умовах економічної інтеграції формування інноваційного потенціалу є одним із основних напрямів діяльності лісогосподарських підприємств. Орієнтуючись на досвід успішних компаній, необхідно зазначити, інновації та креативність забезпечують конкурентні переваги підприємства. Сучасні глобалізаційні виклики спонукають вітчизняні підприємства лісових господарств до створення належної платформи для залучення держаних та іноземних інвестицій. Так як матеріально-технічна база цих підприємств є дуже низькою і потребує повної реанімації, в свою чергу змін також вимагає менеджмент, маркетинг та удосконалення збутової політики. На сьогодні лісові господарства державної та комунальної форм власності є одними із головних секторів економіки України, які забезпечують стабільні податкові надходження у держбюджет та робочі місця. Безпосередньо для Полісся та Карпат лісгоспи залишаються головними бюджетоутворюючими підприємствами. Уряд України вносить зміни в лісове законодавство майже щорічно. Так з 1 листопада 2015 року було введено мораторій на експорт необроблених лісоматеріалів деревних порід (крім сосни), з 1 січня 2017 – деревних порід сосни. Метою таких змін було направити лісову сировину на підприємства України, створити нові робочі місця, забезпечити значні наповнення держбюджету. Нажаль, такі зміни не створили позитивний ефект, завдяки відсутності вітчизняних сучасних інноваційних підприємств з переробки деревини.

Орієнтуючись на стратегічні напрямки європейських лісогосподарських підприємств, необхідно відмітити наступні:

- орієнтир стратегії підприємств з переробки деревини полягає у максимізації доходів, що можливо з використанням країнами виробниками аукціонів. Головний недолік даної стратегії – країна стає сировинним придатком, серед таких країн нажаль залишається Україна.

- стратегія полягає у максимально глибокій переробці деревини, виготовленні кінцевого продукту.

Отже, одним із необхідних чинників щодо ефективного розвитку вітчизняних лісогосподарських підприємств та переорієнтації на виготовлення кінцевого продукту необхідно запроваджувати інноваційну політику за безпосередньою участю різних служб підприємства, зокрема, визначенням інноваційного потенціалу, пануванням інноваційної діяльності, вибором нововведень та формуванням системи їх впровадження. Формуючи інноваційний потенціал та здійснюючи планування інноваційної діяльності лісогосподарських підприємств, з одного боку, необхідні значні капіталовкладення, а з іншого – впровадження ефективної системи нормативно-правового забезпечення інноваційного розвитку лісового сектору. Враховуючи вищезазначену інформацію необхідно:

– зменшити податковий тягар лісогосподарських підприємств;
– змінити стратегію лісового сектору економіки від максимізації цін на необроблену деревину до стратегії глибокої переробки та збільшення споживання деревини і виробів з неї;

– створити державні програми підтримки лісогосподарських підприємств;

– створити інноваційно-інвестиційний центр лісогосподарських підприємств, діяльність якого буде спрямовуватися на розробку єдиних технологій впровадження сучасних форм плантаційного лісівництва, трансфер передових зарубіжних технологій і науково-технічної продукції;

– організувати поглиблену переробку деревини безпосередньо у лісгоспі;

– переймати досвід лісових господарств Європи та використовувати сировину для створення сучасних розробок, серед яких на сьогодні актуальні паливні гранули – біопаливо.

Слід зазначити, інноваційний розвиток лісогосподарських підприємств забезпечить вітчизняні підприємницькі структури якісною деревинною та недеревинною сировиною, наповнення бюджетних

коштів, забезпечить екологічну рівновагу та збереження біорозмаїття в країні в цілому.

Список використаних джерел

1. Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів. Закон України від 09.04.2015 р. № 325-VIII. Поточна редакція – Редакція від 01.01.2019, підстава – 2531-VIII. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2860-15>.
2. Державне агентство лісових ресурсів України. URL: <http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/index>.

Лиса С.С.

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

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХОЛОДОВИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ

Сучасний етап розвитку логістики та управління ланцюгами постачання характеризується підвищеним інтересом до цілого ряду нових понять, таких як: холодіві ланцюги постачання, «фреш-логістика» та «логістика продуктів харчування з коротким терміном зберігання» або ж «доставка швидкопсувних продовольчих товарів». За результатами аналізу праць вітчизняних [1] присвячених питанням управління логістичною діяльністю підприємства швидкопсувних товарів, можна виділити наступні поняття: холодна логістика, холодівий ланцюг постачання, логістика швидкопсувних товарів, fresh logistics, frozen logistics. У багатьох випадках поняття не мають чітких відмінностей, а іноді використовуються як синоніми.

Актуальність дослідження полягає в необхідності підвищення ефективності організації ланцюга постачання товарів з скороченим терміном зберігання, а саме свіжих-охолоджених (fresh) та товарів глибокої заморозки, які потребують спеціальних умов зберігання та транспортування (frozen). Логістичні рішення на ринку свіжої та замороженої продукції мають важливе та ключове значення. Використання логістичного підходу надає можливість виробникам та

споживачам отримати замовлені товари високої якості, необхідної кількості, в певному місці, у визначений час, з мінімальними витратами і що саме важливе, з дотриманням температурного режиму протягом всього «холодового ланцюга». Ринок швидкопсувних товарів є вузькоспеціалізованим та потребує постійного удосконалення в процесі зберігання, транспортування, тощо. Відсутність чіткої структури замороженої продукції деформує реальну інформацію, що суттєво впливає на оцінку ринків цих продуктів. Тому перспектива розвитку в галузі логістики холодового ланцюга безмежні. Холодовий ланцюг (Cold chain) – це система заходів, що забезпечують безпечно транспортування і зберігання термозалежних товарів в умовах, які виключають зміну їх властивостей та якості при впливі температур.

«Холодна логістика» в діяльності торговельних підприємств, порівняно молодий вид бізнесу. Аналіз наукових праць [1, 2] дає підстави вважати, що еволюція цього наукового напрямку передбачає обов'язкову присутності наступних елементів в «холодовому ланцюзі постачання»: холодильне обладнання під час транспортування та зберігання; механізм контролю за дотриманням регламентованих температурних умов; кваліфікований персонал. Важливим для системи управління холодним ланцюгом єдиний підхід і єдиний розгляд всього ланцюга. Рішення, які приймає кожна окрема ланка холодового ланцюга, можуть бути оптимальними лише для нього, але негативно впливати на роботу логістичного ланцюга в цілому. Отже, при управлінні холодним ланцюгом постачання, вимоги щодо дотримання температурного режиму повинні неухильно виконуватися всіма учасниками логістичного ланцюга поставок: підприємством-виробником; транспортною компанією; дистриб'ютором; або ж логістичним оператором, якщо процес управління ланцюгом постачання передано на аутсорсинг.

Україна робить впевнені кроки у напрямку розвитку даної сфери. Свідченням цього є створення асоціації «Холодна Логістика України». Асоціація є галузевим професійним об'єднанням виробників і дистриб'юторів охолоджених та заморожених продуктів, постачальників холодильного обладнання, логістичних операторів, власників холодильних складів, транспортних компаній та роздрібних мереж України. Перспективним є й логістичний ринок України у сфері фреш-логістики. Цей напрям логістики започаткували такі логістичні компанії, як Raben Group, Corcel, Trans Logistic. Сьогодні ТОВ «Рабен Україна» Важливим для газузі є розробка та впро-

введення єдиних стандартів холодної логістики України, взаємодія з державними регуляторами – забезпечення умов для ефективної співпраці та якнайшвидшого обміну інформацією між членами Асоціації [3, 4] Тож розвиток ринку холодної логістики в Україні можливий, з впровадженням передових технологій і об'єднання всіх учасників «холодного ланцюга поставок».

Список використаних джерел

1. Наконечна Т.В. Особливості організації «фреш-логістики» в Україні // Електронне наукове видання «Економіка та суспільство». – 2018. – № 19. – С. 533–537
2. Розвиток ринку холодної логістики в Україні [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ucca.org.ua/ua/information/news/192>
3. Обзор рынка холодильных складов Украины. URL: <https://proconsulting.ua/ua>.
4. Асоціація «Холодна логістика України» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://ucca.org.ua/ua/information/events/45>

Лозовський О.М.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

СУЧАСНІ МОДЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ ВИСОКОЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

У сучасних умовах швидких змін ринкового середовища саме персонал часто стає вирішальним фактором, який забезпечує підприємству успішне, довготривале функціонування та гарну репутацію на ринку. Сьогодні керівництво багатьох підприємств стикається з проблемами неефективного використання різних видів ресурсів, що є наслідком зниження продуктивності праці персоналу, рівня його відповідальності та зацікавленості в кінцевих результатах власної діяльності.

Саме персонал, його структура, якісний і кількісний склад становить основу економічного розвитку підприємства, його конкурентоспроможність. Тому питання побудови ефективної системи мотивації та стимулювання праці відносяться до числа найбільш важливих на сьогоднішній день.

Проблемам мотивації праці присвятили свої наукові роботи такі відомі фахівці минулого та сучасності, як К. Алдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Д. МакГрегор, Д. МакКлелланд, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон та ін. Вагомий внесок в загальну теорію стимулювання роботи персоналу зробили В. Абрамов, А. Афонін, Д. Богиня, М. Ведерніков, В. Гриньова, О. Грішнова, М. Дороніна, А. Колот, Н. Лукьянченко, О. Пушкар, М. Семикіна, Л. Червинська та ін.

Сьогодні, мотивація та стимулювання праці, перш за все, спрямовані на підвищення ефективності роботи персоналу за рахунок оцінки індивідуального внеску кожного працівника в кінцеві результати праці всього колективу. І, якщо мотивація – це «примушування» людей працювати, то стимулювання виступає у якості відповідних умов для фіксації раніш досягнутих результатів трудової діяльності.

З метою підвищення мотивації до праці, доцільним видається запровадження у практиці роботи підприємств багатоваріантних моделей стимулювання високоефективної праці персоналу заснованих на:

- врахуванні неоднорідності мотиваційних структур індивідів, відмінностей людей за їх мотиваційними настановами та узгодження даних мотивів з цілями підприємства;

- мінімізації економії витрат на робітниках, так як дешева робоча сила – не завжди ефективна. Стрижнем подальшого реформування оплати праці в Україні повинна стати її вартісна концепція, яка потребує розробки методики визначення заробітної плати на основі нормативної вартості робочої сили та внесення відповідних змін в трудове законодавство;

- створення необхідних умов для поширення контрактної системи найму та оплати праці як такої, що найбільш відповідає ринковим умовам. Вирішення цієї проблеми, на наш погляд, полягає у розробці та впровадженні альтернативної системи посадових окладів, так званої системи грейдів. Адже вони пов'язують оплату праці і логіку бізнесу.

Система грейдів повинна стати свого роду корпоративним «табелем про ранги», в якому кожному кластеру (грейду) посад відповідає свій рівень заробітної плати. Процедуру грейдування слід розглядати як практичний інструмент, який дає змогу повніше враховувати індивідуальні потреби підприємства у диференціації постійної частини заробітної плати [1];

– здійснювати поступовий перехід до погодинної оплати праці, включаючи мінімальну, для чого необхідно законодавчо встановити порядок розрахунку погодинної мінімальної заробітної плати і прийняти відповідні нормативні акти;

– по мірі розвитку ринкових відносин, повинна збільшуватись диференціація мотивації праці та зарплат. Різниця навіть в межах однієї і тієї ж посади повинна бути вельми суттєвою.

Отже, за допомогою грамотно налагодженої системи мотивації та стимулювання праці можна досягти значного підвищення трудової активності персоналу, що сприятиме зростанню продуктивності праці та ефективності роботи підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Лугай Л.А. Заробітна плата як засіб стимулювання ефективності праці на підприємствах з виробництва будівельних матеріалів. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 30. Дніпро: ПДАБА, 2018. С. 158–167.
2. Шахно А.Ю. Система грейдування як сучасна форма оплати праці на підприємстві. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_6_47

Луб Д.О.,
студентка,
науковий керівник Дараганова Н.В.,
д.ю.н., доцент КНТЕУ

ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ В УКРАЇНІ

В Україні неухильно зростає інтерес підприємців щодо охорони прав на торговельну марку. Проблема правової охорони торговельної марки стає дедалі більш актуальною, складною та різносторонньою, але водночас залишається досі мало досліджуваною в Україні.

Вважаємо, що із цього приводу варто врахувати позицію вчених-науковців, які розглядали проблеми, пов'язані із правовою охороною торговельної марки як засобу індивідуалізації товарів і послуг. Зокрема, значний вклад у розробку даної проблематики внесли такі науковці, як Є. А. Арієвич, В. І. Березанська, Г. Боден-

хаузен, Т. С. Демченко, О. Ю. Кашинцева, І. Ю. Кожарська та інші цивілісти.

Як відомо, правове регулювання відносин, які виникають у зв'язку з набуттям, здійсненням та захистом прав інтелектуальної власності на торговельну марку передбачене Конституцією України, Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», іншими нормативно-правовими актами України, а також відповідними чинними міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України[1, с. 840-844].

Беручи до уваги той факт, що наявні у чинному законодавстві України про охорону прав на торговельні марки норми щодо визначення поняття, обсягу, форм та видів використання позначень торговельних марок є недостатньо точними та деталізованими за своїм змістом, вважаємо, що в законодавстві існує термінологічна невизначеність, щодо тлумачення торговельної марки, що призводить до неоднозначних трактувань тотожних понять, непорозумінь і правових казусів та ускладнює процедуру реалізації прав на торговельні марки суб'єктами прав на них у нашій державі.

Так, у законодавстві та практиці вживаються різні терміни на позначення поняття торговельної марки, наприклад «товарний знак», «торговельна марка», «знак для товарів і послуг», «торговий знак», «логотип», «бренд»[3]. При цьому, як зауважує О. С. Шевченко, торговельна марка визначається як позначення для товарів і послуг, що міститься на продукції і вводиться в цивільний оборот, її упакуванні або в супровідній документації і заміняє собою часом довгу і складну назву виробника товару[3]. Тому, на нашу думку, не може вважатися охороноздатною маркою позначення, яке складається з розміщених на виробі повних відомостей, що стосуються виробника товару, а також вказують на час, спосіб і місце виробництва, на вид, якість та властивості товару тощо, їх заміняє умовне позначення, яке легко сприймається та запам'ятовується. Слід відмітити, що дана юридична ознака торговельної марки впливає з того, що, як було зазначено раніше, торговельна марка є чимось ззовні наданим товару і не є частиною його самого[4, с. 95-101].

У зв'язку з цим, ми погоджуємося з думкою Білоусова В. М. про те, що торговельна марка – це своєрідний символ, який вказує на те, хто є відповідальним за даний товар[5, с. 103-107]. Крім того, якщо покупець буде задоволений своєю покупкою, то наступного разу він буде керуватися просто торговельною маркою.

Викладені положення дозволяють підсумувати, що національне законодавство в галузі охорони прав на торговельні марки в цілому відповідає сучасним реаліям ринку. Втім, звісно, містить прогалини, неточні формулювання, колізії, деякі норми не витримують випробування практикою, а деякі не відповідають вимогам міжнародних стандартів.

Із цього можна зробити висновок, що вдосконаленню підлягають питання, пов'язані із набуття прав на торговельні марки. Тому одним із завдань законопроектної роботи у сфері правової охорони торговельних марок є усунення недоліків у правовому визначенні й закріпленні норм, що визначають умови використання та правової охорони позначень торговельних марок у цілому.

Список використаних джерел

1. Рудник Т. В., Закорецька Г. В. Правова охорона торговельних марок. Форум права. Київ, 2012, №1, с. 840-844.
2. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-ХІІ. *Голос України*. 1994.
3. Шевченко О. С. Охорона прав на торговельні марки в Україні та країнах Європейського Союзу: реалії й перспективи. Часопис Київського університету права. Київ, 2017.
4. Ткачук Г. В. Напрями вдосконалення законодавства України про реалізацію і захист прав на торговельні марки. Форум права: електрон. наук. фахове вид. 2018. № 4. с. 95–101. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2018_4_9.pdf
5. М. Білоусов. Особливості правової охорони торговельних марок в Україні. Юридичний вісник. Київ, 2018. с. 103–107.

Лукашова Л.В.,

к.е.н., доцент, докторант кафедри менеджменту КНТЕУ

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ В МАЛОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

В останні роки в усьому світі спостерігається підвищення зацікавленості у розвитку соціальних інновацій, які розглядаються як дієвий спосіб досягнення стійкого економічного зростання, забезпечуючи при цьому вирішення нагальних соціальних проблем суспільства.

Центр соціальних інновацій Стенфордської бізнес-школи трактує соціальні інновації як процес знаходження, забезпечення, підтримки і впровадження оригінальних рішень для розв'язання соціальних проблем [1]. В. Міллер розглядає соціальні інновації як розвиток соціальних або організаційних структур, принципів або практик незалежно від джерела продукування ідеї [2]. І.В. Терон вважає соціальні інновації результатом творчої діяльності, який є підставою для значимих соціальних змін [3]. Є.Є. Кучко визначає соціальні інновації як такі, що спрямовані на поліпшення якості життя населення та стимулювання соціальної динаміки [4]. Аналіз наукового доробку за даною проблематикою показав, що попри різницю в поглядах, більшість науковців сходяться на тому, що, незалежно від різновиду соціальних інновацій, всі вони пов'язані з реалізацією соціальних потреб суспільства.

Соціальні інновації є однією з інноваційних домінант розвитку малого підприємництва в Україні. Проблема соціальних інновацій у малому підприємстві вбачається надзвичайно актуальною, зважаючи на той факт, що суб'єкти малого підприємництва станом на початок 2019 року представляли 99,1% (1822671 одиниць) всіх національних суб'єктів підприємницької діяльності [5]. Соціальні інновації реалізуються представниками даного прошарку суб'єктів підприємництва у вигляді соціального малого підприємства, якому притаманні наступні характерні риси:

- соціальні дії – цільова спрямованість на вирішення або пом'якшення існуючих соціальних проблем, наявність стійких позитивних вимірних соціальних результатів;
- інноваційність – втілення у життя нових унікальних підходів, що дозволяють збільшити або якісно покращити соціальну дію;
- фінансова стійкість та самоокупність – здатність суб'єкта соціального підприємництва до самостійного вирішення соціальних проблем за рахунок доходів від власної господарської діяльності;
- масштабність і тиражування – нарощування масштабу діяльності суб'єкта соціального підприємства і поширення моделі з метою збільшення розміру соціального ефекту від реалізації соціальних дій;
- орієнтованість на довгостроковий результат – здатність суб'єкта соціального підприємства передбачати та оцінювати ринкові загрози, реалізовувати резервні можливості, акумулювати ресурси, використовувати зворотній зв'язок для адаптації та удосконалення заходів, розробляти нові рішення, що будуть забезпечувати довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому.

Проведені дослідження стану та умов здійснення соціального підприємництва в Україні дозволили виділити перелік проблем, з якими стикаються національні суб'єкти малого соціального підприємництва, а саме: відсутність чинного законодавства, яке б регулювало та регламентувало їхню господарську діяльність; однакові вимоги щодо господарської діяльності суб'єктів традиційного та соціального підприємництва; недостатня кількість інформаційно-просвітницьких заходів з популяризації соціального підприємництва, і, як результат, низька поінформованість щодо альтернативних можливостей їх розвитку, зокрема, шляхом залучення до участі в міжнародних та національних програмах; недосконалість механізму державного регулювання та підтримки суб'єктів соціального підприємництва.

Список використаних джерел

1. Phills Jr., Deiglmeier K., Miller D. Rediscovering Social Innovation / Stanford Social Innovation Review. – Fall 2008, available at: https://www.researchgate.net/publication/242511521_Rediscovering_Social_Innovation.
2. Miller W. (2000). The 'habitat' for Entrepreneurship, available at: <https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/Miller.pdf>.
3. Терон І.В. Соціальні іновації у процесах модернізації соціально-трудових відносин. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/589/1/10.pdf>.
4. Кучко Є.Є. Соціальні інновації: підходи до визначення і класифікації /Є.Є. Кучко// Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – 2011. – № 941. – С. 27–33.
5. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Мазаракі А.А.,
д.е.н., професор,
П'ятницька Г.Т.,
д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту КНТЕУ

COVID-КРИЗА: МОЖЛИВОСТІ VS ВИКЛИКИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН

Наслідки COVID-кризи у 2020 році безумовно негативно відіб'ються на економічних показниках більшості країн світу. Так, за прогнозом ОЕСР [1], спад у Франції буде становити 14,1 % ВВП за умови другої хвилі поширення інфекції та 11,1 % ВВП за умови лише однієї хвилі. Відповідні втрати в Італії очікуються на рівні 14,0 % та 11,3 %; Великобританії – 14,0 % та 11,5 %; Німеччині – 8,8 % та 6,6 %; США – 8,5 % та 7,3 %; Японії – 7,3 % та 6,0 % тощо. В Україні за офіційними прогнозами, що наведені у постанові Кабінету міністрів України від 29 березня 2020 р. № 253 [2], ВВП у 2020 р. зменшиться на 4,8 % порівняно з попереднім роком. А за прогнозами Світового банку [3], що оприлюднені у жовтні 2020 р., падіння ВВП України цілком імовірно досягне 5,5 %. Зрозуміло, що за такої економічно складної ситуації процес впровадження інноваційних змін та / або ведення інноваційної діяльності у різних соціально-економічних сферах (у т.ч. державному управлінні, бізнесі, освіті та т.п.) може стикнутися з викликом недостатнього інвестиційного забезпечення для підтримки бажаної динаміки інноваційного розвитку. Особливо гостро ця проблема, на наш погляд, проявиться у тих країнах, де і у попередні часові періоди простежувався брак фінансової підтримки інновацій з боку держави. Це, зокрема стосується й України, де й до кризи на наукові дослідження у розрахунку на одного науковця витрачали у 18 разів менше, ніж в Бразилії, у 34 – ніж у Південній Кореї та у понад 70 разів – ніж у США [4]. В Україні впродовж 2017-2019 рр. частка фінансування інноваційної діяльності у співвідношенні до ВВП була на рівні 0,3 % [5], тоді як, наприклад, в країнах-сусідах – Польщі та Угорщині перевищувала 1 % [6]. Наголосимо, що основними джерелами фінансування інновацій в Україні практично завжди були власні кошти підприємств: у 2019 р. вони становили 87,7 % загального обсягу фінансування інновацій, тоді як кошти державного бюджету, які отримали 6 підприємств, склали тільки 3,9 %.

Незважаючи на високі ризики недофінансування інновацій в період COVID-кризи, принципово пандемія не змінила того факту, що

потенціал проривних технологій та інновацій продовжує існувати. Очевидно, що підприємствам та іншим споживачам інноваційних продукції та послуг не доцільно відмовлятися від НДДКР, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності у своїх прагненнях забезпечити конкурентоспроможність у майбутньому. COVID-криза, з нашої точки зору, відкрила нові інноваційні можливості для розвитку не тільки у таких секторах економіки, як ІТ, фармацевтичний та біотехнологічний сектори, транспорт, але і каталізує інновації у туризмі, освіті, роздрібній торгівлі тощо. Вимушений локдаун та запровадження різних режимів обмежень спричиняють нововведення і в тому, як організована робота на підприємствах / у компаніях та на індивідуальному рівні, і як відбувається реорганізація операційної діяльності на місцевому та глобальному рівнях.

Звичайно, щоб інновації відбувалися необхідне не тільки фінансове забезпечення інноваційних змін, але і людські ресурси, які будуть продукувати інноваційні ідеї, а також приймати та реалізувати рішення, що сприятимуть інноваційному розвитку на різних рівнях управління та у різних секторах економіки. Важлива роль у цьому, зокрема, належить закладам вищої освіти (ЗВО), в яких йде підготовка високо кваліфікованих кадрів, здатних до інноваційної діяльності та постійного прогресивного розвитку.

Виклики COVID-кризи чітко визначили нагальну необхідність у подальшій активній цифровізації та автоматизації багатьох бізнес-процесів у самих різних організаціях. Така цифровізація вимагає підвищення цифрових навиків у всіх категорій населення. Проте з точки зору прискорення прогресивних інноваційних змін в країні, передусім, має сенс замислитися над цифровізацією університетів. Це у свою чергу вимагає: 1) створення належних передумов для цифровізації освітнього й інших бізнес-процесів в університеті, що дозволить надавати якісні освітні послуги не тільки у традиційному, але і дистанційному або змішаному режимі; 2) створення та розвитку електронного навчально-методичного забезпечення, запровадження відкритого доступу до різних навчально-інформаційних платформ; 3) підвищення рівня цифрових компетенцій викладачів, керівного та адміністративного персоналу університету (зокрема, через спеціальні програми стажувань); 4) періодичного моніторингу рівня цифрових компетенцій студентів, оцінювання їх відповідності обраному фаху та розробки навчальних програм, що дозволять нівелювати розрив між наявним і необхідним рівнем цифрових знань та навиків студентської молоді.

Щоб реалізувати ідею інноваційної трансформації ЗВО у діджитал університет (особливо, якщо йдеться про ЗВО нетехнічного профілю) потрібна підтримка всіх учасників освітнього процесу. Лише той, хто здатен та прагне постійно розвиватися, шукає нові перспективи для позитивних змін навіть в умовах кризи, спроможний втілити цю та інші інноваційні ідеї на практиці. Для оцінювання наявності такого потенціалу серед студентської молоді КНТЕУ у травні 2020 р. було проведено он-лайн опитування, де ставились запитання щодо сприйняття та наслідків COVID-кризи. В опитуванні взяли участь понад 700 студентів, що свідчить про високу репрезентативність вибірки.

Було виявлено, що більше 55 % опитаних студентів особисто для себе сприйняли карантин і кризу як виклик. Проте лише для 2/5 з них цей виклик не просто ускладнив життя, а і призвів до розгубленості, нерозуміння та небажання взагалі щось робити, тоді як для решти – він став поштовхом для активного пошуку рішень своїх проблем, спонукав їх до дій та креативного мислення. Водночас приблизно 45 % респондентів відразу сприйняли карантин та кризу як нові можливості, що збагатили їх досвід навчання і / або роботи в умовах непередбачуваних змін (з них майже 30 % наголосили, що ці можливості відкрили особисто для них нові перспективи для розвитку, побудови майбутньої кар'єри та / або реалізації креативних ідей на практиці). Фактично за розподілом думок респондентів у студентському середовищі були ідентифіковані три групи: 1) тих, хто діє, розвивається та намагається вирішувати проблеми незалежно від того чи то виклики перед ними, чи можливості; 2) тих, хто спроможний оцінити та скористатися можливостями, але може бути нездатним чинити супротив загрозам і вирішувати проблеми; 3) тих, хто губиться та лякається в умовах нових викликів, не здатен приймати конструктивні рішення та креативно мислити в умовах кризи. Для забезпечення прогресивного інноваційного розвитку будь-якої країни, на нашу думку, дуже важливо, щоб чисельність першої групи була найбільшою, а третьої – найменшою (причому не тільки коли мова йде про молодь). У нашому випадку було виявлено, що частка активної молоді, яка здатна діяти та вирішувати проблеми незалежно від обставин, становить в КНТЕУ більше 63 %, а тих, хто скоріше сам потребує допомоги під час кризи, – менше 22 %. Поряд з цим, як з'ясувалося, карантин і сучасна криза попри все надав студентам цілу низку можливостей, якими більшість з них змогли скористатися. Більшість студентів (55,5 % від загальної кількості респондентів) наголосили, що основною для них стала можливість

опанувати щось нове, здобути новий навик, на що раніше не вистачало часу. До п'ятірки лідерів, крім цієї можливості, також потрапили такі альтернативи, як: «Почати приділяти більше уваги навчанню та саморозвитку» (51,7 %); «Навчитися краще спілкуватися та взаємодіяти зі своїми рідними та близькими» (46,5 %); «Отримати досвід он-лайн роботи» (40,0 %); «Дізнатися щось абсолютно нове, про що раніше навіть не думали» (31,3 %). Крім того, приблизно у 17 % з'явилась можливість розробити проект створення нового власного бізнесу; у понад 16 % – можливість розширити мережу своїх знайомств та комунікаційних контактів, а близько 9 % отримали можливість почати займатися науковими або дослідницькими пошуками, розробкою цікавих ідей, що можуть принести економічні, соціальні та інші ефекти і т.п. і т.д. Варто зауважити, що серед усіх опитаних менше, ніж 0,5 % не побачили, а отже і не використали жодних можливостей.

Наведені вище відсотки є свідченням парадоксу між тим, як людина позиціонує себе у тій чи іншій ситуації (у нашому випадку – під час карантину та кризи) та тим, як вона відчуває себе та діє насправді у реальному житті. Згадаємо про те, що 22 % молодих людей на початку опитування абсолютно не бачили для себе ніяких можливостей у теперішній ситуації і позиціонували себе як розгублених та небажаючих або неспроможних нічого робити, а насправді таких виявилось менше відсотка. Частково пояснити такі занепадницькі настрої у молодих, розумних та фізично сильних людей можна лише тим, що вони, на жаль, сьогодні бачать ті виклики, що стають на заваді як інноваційному розвитку та економічному зростанню країни, в якій вони живуть, так і їм особисто.

Отже, COVID-криза спричинила не тільки нові виклики, але і відкрила нові можливості для інноваційних змін. Вважаємо, що той, хто пасивно не чекає стабілізації ситуації, а вже сьогодні все робить для прогресивних інноваційних трансформацій, у стратегічній перспективі отримає конкурентні переваги.

Варто також чітко усвідомити, що наслідки пандемії призвели до структурних змін як в економіках окремо взятих країн, так і в глобальній економіці. Вони спричинили відтік капіталу від туристичної індустрії, сфер авіа- та інших пасажирських транспортних перевезень, ресторанного та готельного господарств, івент-індустрії, закладів розваг і культури, комерційної нерухомості тощо. Водночас стали явними переваги розвитку та інвестування у:

– IT-бізнес та оцифровку, що, зокрема, пов'язано зі зростанням доходів від електронної комерції, дистанційної та змішаної освіти,

віддаленої роботи, безпеки даних, Інтернету речей (IoT), налагодження безперервного бізнесу тощо;

– здоров'я, безпеку та добробут (харчування, особиста діагностика і т.п.) та вирішення екологічних проблем;

– медицину (персоналізовану медицину та діагностику, телемедицину, противірусні / антиінфективні препарати);

– промислову автоматизацію (технології ланцюгів постачання, ефективного виробництва та будівельні інформаційні технології);

– особистий транспорт (електромобілі, е-велосипеди, інфраструктура зарядження цього транспорту).

Протягом року COVID-криза чітко показала, що існування високого рівня залежності від ключових країн (зокрема, Китаю) як з точки зору пропозиції, так і попиту може виявитися дуже негативним фактором для розвитку інших країн. Передусім, це проявилось через підвищення ризиків у роботі ланцюгів поставок та призвело до порушення звичного товарозабезпечення та росту цін.

Вважаємо, що стратегічно перспективне майбутнє може нині очікувати лише ті країни, які усвідомлюють важливість інвестицій у структурну перебудову економіки у відповідь на сучасні ринкові виклики, а також у підготовку високо кваліфікованих фахівців з метою забезпечення необхідного інтелектуального потенціалу для результативних і ефективних інноваційних змін. Реконструкція виробництв, удосконалення або внесення коректив до вже напрацьованих логістичних ланцюгів з урахуванням нових ризиків, перегляд підходів до підготовки, перепідготовки або підвищення кваліфікації кадрів за різних карантинних обмежень дозволять зробити країну та сектори її економіки більш незалежними та стійкими до вищезазначених наслідків кризи, а після її закінчення – не опинитися на узбіччі глобального ринку, суттєво відстаючи від тих, хто своєчасно відреагував і скористався новими можливостями.

Список використаних джерел

1. The world economy on a tightrope: OECD Economic Outlook, June 2020: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/economic-outlook/> (дата звернення 04.11.2020).
2. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 15 травня 2019 р. № 555: Постанова Кабінету міністрів України від 29 березня 2020 р. № 253: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

- <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/253-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 04.11.2020).
3. ВВП України: Світовий банк прогнозує падіння на 5,5% у цьому році і відновлення на 1,5% у 2021: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/7/665987/> (дата звернення 04.11.2020).
 4. Данилишин Б. Куди рухається українська наука?: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.u-e-p.eu/analytics/2013/july/kudi-ruhatsya-ukrainska-nauka.html> (дата звернення 04.11.2020).
 5. Державний служба статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 04.11.2020).
 6. Євростат: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://err.eurostat.ec.europa.eu> (дата звернення 04.11.2020).

Майструк А.А.,
студентка ФМТП 3 курсу 12 групи КНТЕУ
Дарагонова Н.В.,
науковий керівник, д.ю.н.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИПЛАТИ КОМПЕНСАЦІЇ У СПРАВАХ ПРО ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ

Відповідно до пункту «г» частини першої статті 52 Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 № 3792-ХІІ суб'єкт авторського права і (або) суміжних прав має право вимагати виплату компенсації замість відшкодування збитків або стягнення доходу.

Відповідно до абз. 2 п. 33 Постанови Вищого господарського суду України «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» від 17.10.2012 № 12, при вирішенні таких справ компенсація підлягає виплаті у разі доведення факту порушення майнових прав суб'єкта авторського права, а не розміру заподіяних збитків. Таким чином, для задоволення вимоги про виплату компенсації достатньо наявності доказів вчинення особою дій, які визнаються порушенням авторського права.

Згідно п. «г» ч. 2 ст. 52 Закону України «Про авторське право і суміжні права» суб'єкт авторського права у разі порушення його прав має право вимагати виплати компенсації, що визначаються судом у

розмірі від 10 до 50 000 мінімальних заробітних плат замість відшкодування збитків або стягнення доходу.

Вивчивши судову практику та правову доктрину, виплата компенсації у справах про порушення авторських прав є надзвичайно актуальною з огляду на такі фактичні обставини:

- такий спосіб захисту авторських прав є одним із найпоширеніших у судовій практиці вирішення відповідних справ;
- обґрунтування розміру компенсації судами, як правило, обмежується посиланням на доведення факту порушення авторського права і визначенням компенсації у її найменшому розмірі, пояснюючи, що такий розмір є адекватним обставинам справи, відповідає засадам справедливості та розумності.

Така практика здається нам недоцільною, адже згідно п. 42 постанови Пленуму Верховного Суду України «Про застосування судами норм законодавства у справах про захист авторського права і суміжних прав» від 04.06.2010 № 5 для визначення суми такої компенсації, яка є адекватною порушенню, суд має дослідити:

- 1) факт порушення майнових прав та яке саме порушення допущено;
- 2) об'єктивні критерії, що можуть свідчити про орієнтовний розмір шкоди, завданої неправомірним кожним окремим використанням об'єкта авторського права і (або) суміжних прав;
- 3) тривалість та обсяг порушень;
- 4) розмір доходу, отриманий унаслідок правопорушення;
- 5) кількість осіб, право яких порушено;
- 6) наміри відповідача;
- 7) можливість відновлення попереднього стану та необхідні для цього зусилля.

При цьому необхідно враховувати загальні засади цивільного законодавства, встановлені статтею 3 ЦК України, зокрема справедливність, добросовісність та розумність.

Прикладом дійсно ґрунтовного доведення розміру компенсації є постанова Верховного Суду за справою № 569/11407/14-ц. Рішення суду про задоволення позову обґрунтовувалось тим, що позивач не надавала дозволу відповідачам на відтворення імені головного персонажа «ІНФОРМАЦІЯ_1», оригінальної назви літературного твору «ІНФОРМАЦІЯ_1» та на реалізацію товару з такою назвою. Факт порушення авторського права відповідачами доведений висновками судової експертизи. Розмір компенсації, стягнутої з відповідача (146 розмірів мінімальних заробітних плат) обґрунтований висновком судової експертизи, згідно якою сума упущеної вигоди склала

570 345,00 грн, а також тривалістю самого правопорушення (півтора роки). Отже, на розмір компенсації, передусім, вплинув істотний розмір шкоди, завданої неправомірним кожним окремим використанням об'єкта авторського права, як об'єктивний критерій, що може свідчити про орієнтовний розмір шкоди, завданої неправомірним кожним окремим використанням об'єкта авторського права.

Отже, найголовнішою проблемою є обмеженість обґрунтування розміру компенсації судами. Така ситуація істотно впливає на якість формування та узагальнення судової практики у відповідних справах, а отже, і на рівень правової охорони авторських прав.

Макарчук І.В.,
аспірант кафедри менеджменту КНТЕУ

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІТ-ПРОЕКТІВ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

Метою управління будь-якого торговельного підприємства є утримання його сталого розвитку та впровадження передових інноваційних технологій, що мають забезпечити цей розвиток. Живучи в еру розквіту інформаційних технологій, кожне підприємство прагне до автоматизації бізнес процесів, що дозволить суттєво скоротити витрати та покращити показники ефективності. Саме тому в останні роки ми спостерігаємо збільшення попиту на ІТ рішення як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних підприємств. Проте придбати якісне ІТ рішення – це лише половина успіху, куди важливіше його правильно імплементувати на підприємстві, враховуючи особливості господарської, операційної та фінансової діяльності кожного окремого підприємства, адже збитки від неправильної імплементації можуть бути колосальними.

Більшість ІТ-рішень, що наразі представлені на ринку, є досить «рамочними», тобто потребують доопрацювання чи значної модифікації (у деяких випадках обсяг робіт по модифікації готового ІТ-рішення може сягати до 80% від загального функціоналу). Тому все більше замовників схиляються до розробки ІТ-рішення з нуля, що дасть змогу врахувати всі особливості діяльності підприємства та зробити ІТ-рішення на всі 100% персоналізованим.

Із збільшенням попиту на ІТ-рішення збільшується відповідно і пропозиція на ринку інформаційних технологій в Україні. Однак, вітчизняні ІТ компанії сьогодні націлені в першу чергу на закордонних замовників, які готові оплачувати послуги з розробки

ІТ-рішень належним чином – відповідно, з кожним роком збільшується експорт комп'ютерних послуг. За даними платіжного балансу України, експорт комп'ютерних послуг у 2019 році зріс на 30,2% порівняно з попереднім роком і склав 4,17 млрд дол. Відповідно обсяг сплачених до держбюджету України податків та зборів збільшився на 28% і становив 16,7 млрд грн. [3]

Галузь інформаційних технологій України продовжує стрімко зростати. У 2019 році надходження податкових платежів та єдиного соціального внеску від ІТ-індустрії сягнули 16,7 млрд грн порівняно з 13 млрд грн у 2018 році.

Впроваджуючи ІТ-рішення практично у всі сфери господарської діяльності, вітчизняні підприємства зустрічаються з ризиками, з якими донедавна не мали справи, адже проекти, що пов'язані з імплементацією ІТ-рішень, мають свої особливості.

Специфіка даного виду управління передбачає саме застосування проектного підходу до управління ризиками на всіх стадіях розробки та впровадження ІТ-рішень. РМВОК [2] (*Project Management Book of Knowledge*), яким сьогодні послуговуються практично всі проектні менеджери, виділяє управління ризиками як окрему область знань, що потребує ґрунтовного та системного підходу до вивчення. Згідно РМВОК під *процесами управління ризиками* проекту розуміється:

- a) планування управління ризиками;
- b) ідентифікація і аналіз ризиків;
- c) вироблення методів реагування на ризики;
- d) контроль, моніторинг і управління ризиками у ході реалізації проекту.

Том Демарко та Тімоті Лістер [1], що ґрунтовно займаються вивченням питання проектних ризиків в ІТ, наводять свій список із п'яти найбільш важливих джерел ризиків будь-якого проекту автоматизації щодо розробки програмного забезпечення:

- 1) недоліки календарного планування.
- 2) плинність кадрів.
- 3) роздуття вимог.
- 4) порушення специфікації.
- 5) низька продуктивність.

Важливо зазначити, що описані вище джерела ризику притаманні більше стороні виконання (Замовнику), який відповідає за розробку ІТ-рішення.

Оскільки розробка будь-якого ІТ-рішення складається із декількох етапів, так званий процес **SDLC** (*Software Development Life Cycle*) –

Життєвий Цикл Програмного Забезпечення, а саме: *планування; визначення вимог до майбутнього IT-рішення; дизайн майбутнього IT-рішення; розробка; тестування; розгортання (імплементація) готового рішення*, то процес управління ризиками має свої особливості на кожному із етапів.

Для кожного із описаних вище життєвих циклів розробки програмного забезпечення притаманні ризики. І за умови, що ідентифікація та оцінка ризиків проведена належним чином на кожному із них, то вірогідність успішної реалізації проекту підвищується. У випадку, якщо процес ідентифікації ризиків не був проведений належним чином, і на початкових етапах залишилися не ідентифіковані ризики, то ймовірність провалу проекту по розробці IT-рішення суттєво збільшується.

Критичність ситуації полягає в тому, що на перших етапах SDLC важливо ідентифікувати всі можливі ризики до того, як розробники візьмуться за написання коду (побудову IT-рішення), адже неправильно визначені вимоги до майбутнього IT-рішення зведуть нанівець всю роботу програмістів.

Сам по собі процес управління ризиками націлений на те, аби попередити ймовірність настання ризику та розробити комплекс превентивних заходів, щоб не допустити його настання, а у разі настання – мінімізувати негативні наслідки.

Процес управління ризиками IT-проекту включає:

- розробку концепції щодо управління ризиками;
- планування заходів реагувань на ризикові події;
- організація і контроль заходів реагування на ризикові події;
- аналіз стану та регулювання мір щодо зниження ризику;
- завершення управління ризиками по розробці IT-рішення.

Варто зазначити, що ризики IT-проектів ніколи не приймають нульового значення, адже середовище, в якому вони здійснюється, ніколи не є детермінованим та чітко визначеним.

Саме тому варто говорити про системний підхід в управлінні ризиками при розробці IT-рішення. Злагоджена робота проектного менеджера, всіх членів команди та замовника – запорука успішної реалізації IT-проекту. У даному випадку ризик-менеджмент – це безперервна робота по ідентифікації, оцінці ризиків та розробці програми заходів, що направлені на мінімізацію наслідків у разі настання ризикової ситуації.

Аналізуючи велику кількість ІТ-проектів, що були успішно реалізовані та зазнали провалу, варто відзначити: проектів без ризиків не буває – бувають проекти з неідентифікованими ризиками.

Список використаних джерел

1. Листер Т. Демарко Т. Вальсируя с медведями. Управление рисками в проектах по разработке программного обеспечения./ Т. Листер, Т. ДеМарко – М: Компания р.м. Office, 2005. – 196 с.
2. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (PMBOK Guide) – Fifth edition. Project Management Institute, 2013.
3. URL: <https://itukraine.org.ua/eksport-ukrainskogo-it-za-2019-rik-zris-na-30.html>

Матусова О.М.,
к.е.н., доцент КНТЕУ
Андрєєва В.Г.,
к.е.н., доцент КНТЕУ

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ПОЗИЦІЇ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

Інноваційні підходи до ризик-менеджменту визначають, що в основі модернізації управління ризиками полягає принцип системи управління якістю, який передбачає застосування процесного підходу до управління на засадах безперервності, залучення всієї організації, врахування її цілей, ефективної комунікації між суб'єктами управління, а також надання переваги превентивним заходам [1,2]. Підприємство, яке намагається реагувати на зміни ринку, може керуватися в своїй діяльності поділом на наступні ключові процеси:

– залучення та утримання клієнтів: передбачає формування та контроль виконання плану виробництва та реалізації продукції; процес реалізації продукції (збут та сервісне обслуговування); аналіз та коригування плану виробництва та реалізації продукції;

– розрахунки з клієнтами: включає виписку рахунків клієнтам та роботу з дебіторською заборгованістю;

– організація забезпеченості діяльності: складається з кадрового забезпечення; управління документообігом; здійснення внутрішніх аудитів; моніторингу та управління невідповідностями.

Саме ці процеси дозволяють забезпечити базис функціонування і стимулюють його розвиток, є визначальними щодо встановлення

місії і головних цілей підприємства. Управління ризиками як реагування на зміни в процесах підприємства є необхідною передумовою досягнення запланованого рівня результативності.

Відповідно до процесного підходу та затверджених світових стандартів [1,2] для забезпечення ефективності функціонування системи ризик-менеджменту на підприємстві будується модель ризик-менеджменту, яка містить складові, що відповідають основним елементам діяльності підприємства:

- планування та забезпечення ризик-менеджменту для ідентифікації ризиків, що охоплює стадії життєвого циклу підприємства; цільові показники діяльності; контекст підприємства (комунікації та документообіг); політику управління ризиками; ресурси; компетентності персоналу;

- функціонування ризик-менеджменту для аналізу ризиків у розрізі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності;

- оцінка результатів системи ризик-менеджменту для обробки ризиків: моніторинг діяльності за напрямками; результати внутрішнього аудиту; аналітичні документи керівництва.

Ефективним інструментом контролю відповідності системи ризик-менеджменту процесному підходу є матриця серйозності наслідків, яка містить п'ять категорій, що характеризують рівень серйозності невизначеної події або стану:

- критична серйозність наслідків: повна зупинка операційного процесу; знищення майна, інфраструктури; отримання збитків протягом тривалого періоду; шкода здоров'ю, людські жертви;

- небезпечна серйозність наслідків: значне зменшення «запасу міцності» устаткування та заподіяння шкоди матеріальним цінностям; отримання збитків протягом декількох періодів поспіль; висока частка простроченої кредиторської заборгованості;

- значна серйозність наслідків: порушення контрактних зобов'язань; висока частка простроченої дебіторської заборгованості; неспроможність персоналу в повній мірі впоратися з несприятливими експлуатаційними умовами;

- незначна серйозність наслідків: виробничі обмеження, короткотермінові простої виробничого обладнання; наявність неліквідних товарно-матеріальних цінностей; несуттєві міжособистісні конфлікти;

- мізерна серйозність наслідків: незаплановані короткотермінові простої основних засобів, не пов'язані з операційною діяльністю; незначні порушення персоналом графіку роботи.

Визначення серйозності наслідків на підставі запропонованої матриці дозволяє розробити відповідний план заходів, результатом якого буде уникнення ризику або зниження, що вплине на зміну відхилень кінцевих результатів процесів.

Таким чином, задля забезпечення вчасного реагування підприємства на виклики мінливого середовища, підвищення його конкурентоспроможності необхідно застосовувати модель управління ризиками, що має відповідати ключовим бізнес-процесам підприємства та світовим стандартам. Удосконалюючи підходи до управління ризиком, підприємство розширює можливості для інновацій і сприяє скороченню термінів досягнення власних цілей.

Список використаних джерел

1. Управління ризиками організації: інтегрована модель [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coso.org>
2. Quality Management Principles. ISO 9001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iso.org/iso/pub100080.pdf>.

Мацейчук В.М.,
студентка ФМТП, 8 група, 3 курс, КНТЕУ,
Дараганова Н.В.,
науковий керівник, проф., викладач кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права КНТЕУ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАХИСТУ АВТОРСЬКОГО ПРАВА У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Інтенсивний розвиток технологій ХХІ століття зумовлюють використання мережі Інтернет як простору для публікації інтелектуальних здобутків тисячами авторів, а також розвитку бізнесу, у тому числі з міжнародним партнерством. Цифрові прийоми створили нову модель світу, у якій присутні не тільки можливість шукати та обробляти інформацію, але і копіювати та розповсюджувати. Саме тому виникає потреба у законодавчому врегулюванні неконтрольованого копіювання та плагіату.

На думку М. І Логвиненко., І. В. Каріх, та А. В. Диковець широкого застосування зазнають такі порушення інтелектуальної власності у мережі Інтернет, як: несанкціоноване копіювання тексту

або зображення, завантаження на веб-ресурс твору без дозволу автора, цифрове відтворення та відображення, ксерокопіювання. Серед актуальних способів захисту науковці виділяють два, а саме: юрисдикційний (судовий) та неюрисдикційний (самозахист) [1, с. 23].

Нормативно-правовими актами, які регулюють сферу авторського права в Україні є: Цивільний кодекс України, Закон України «Про авторське право і суміжні права», Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Закон України «Про охорону прав на винаходи та корисні моделі», Закон України «Про охорону прав на промислові зразки», та деякі інші. Однак дані акти не містять окремих засобів захисту авторських прав у мережі Інтернет. Слушною є вказівка Н. Б. Новицької, яка наголошує на тому, що в Україні законодавчо не визначені особливості доказування порушення прав у «віртуальній мережі», а також відсутні адаптовані до особливостей відносин механізми захисту прав інтелектуальної власності. Складність полягає у тому, що важко зафіксувати порушення та довести приналежність ресурсу окремому власнику, крім того: факт порушення можна видалити і особі, чії права було порушено, буде важко довести його існування [2, с. 32].

Доцільним є перелік запропонованих О. М. Пастуховим способів самозахисту авторських прав у мережі Інтернет, а саме: використання цифрового підпису та марок (водяні знаки, тексти, графічні зображення і т.і.), обмеження доступу до розміщених матеріалів, методи криптографічного перетворення матеріалів (шифрування певною системою за вказаним алгоритмом), створення веб-депозитаріїв, що дозволяють фіксувати об'єкти інтелектуальної власності у мережі Інтернет і закріплювати їх правовий статус (так звані «демо версії, які дають можливість лише ознайомитися з базовим функціоналом того чи іншого об'єкту), та «годинникова бомба» (припинення доступу до твору, після досягнення встановленого ліміту переглядів) [3, с. 97–100].

У підсумку необхідно наголосити на актуальності порушеного питання, адже разом із інтенсивним розвитком Інтернету автор постає перед новими викликами, пов'язаними з публікацією своїх інтелектуальних здобутків на різноманітних ресурсах. Саме тому існує об'єктивна потреба у запровадженні спеціального закону «Про захист авторського права у мережі Інтернет», який визначатиме: унаслідок чого виникає порушення прав автора (творця); яким чином особа зможе доказувати наведені обставини; який механізм захисту необхідно застосувати за наявності того чи іншого посягання на створений автором «продукт».

Список використаних джерел

1. Логвиненко М. І. Проблеми захисту об'єктів авторського права в мережі Інтернет [Електронний ресурс] / Логвиненко М. І., Каріх І. В., Диковець А. В. // Сумський державний університет. Навчально-науковий інститут права. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/73749/1/Lohvynenko_problemy_zakhystu_objektiv.pdf.
2. Новицька Н. Б. Сучасний стан захисту авторського права від плагіату в мережі Інтернет [Електронний ресурс] / Новицька Н. Б. // Ірпінський юридичний часопис. – 2019. – Режим доступу : http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4225/1/4062_IR.pdf.
3. Пастухов О.М. Авторське право в Інтернеті / Пастухов О.М., 2004. – 144 с.

Мельничук О. Ф.,
д.ю.н., професор кафедри права,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Мельничук М. О.,
к.ю.н., доцент кафедри права,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ЗАКЛАДИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК СУБ'ЄКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

З огляду на науковий потенціал закладів вищої освіти (далі – ЗВО) та органічне поєднання в освітньому процесі освіти, науки, інновацій в українському суспільстві все більше зростає роль ЗВО як суб'єктів інноваційної діяльності. Саме на такий статус ЗВО вказують окремі норми Закону України «Про вищу освіту», в яких визначено поняття закладу вищої освіти (ст. 1), завдання останнього (ст. 26), а також організаційні форми провадження ним наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (ст. 68) [1]. Хоча основним завданням ЗВО є провадження освітньої діяльності, проте вона повинна здійснювати невід'ємно від наукової та інноваційної.

З метою використання та комерціалізації результатів науково-дослідних розробок, випуску на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг ЗВО можуть бути «засновниками інноваційних структур різних типів (наукові та технологічні парки, бізнес-інкубатори тощо)» [1, ч. 3 ст. 68]. У такий спосіб в Законі України

«Про вищу освіту» окреслено організаційні форми здійснення інноваційної діяльності ЗВО, перелік яких, як бачимо, невичерпний. Тому наразі, поряд із такими законодавчо визначеними організаційними формами, як наукові та технологічні парки, утворюються спін-компанії, стартап-школи тощо.

На сьогодні важливо конкретизувати напрями та способи провадження інноваційної діяльності у вищій освіті. Так, необхідно законодавчо унормувати заходи, спрямовані на підтримку суб'єктів господарювання, які впроваджують інновації, забезпечити спрощення їх податкового навантаження, надання фінансової автономії ЗВО, яка дасть можливість розпоряджатися коштами для закупівлі сучасного обладнання та проведення науково-технічних і технологічних робіт, стимулювання науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів до участі в науково-дослідних проектах, стартапах, спеціалізованих виставкових заходах національного та міжнародного рівня.

Потрібно створити умови для комерціалізації науково-дослідних результатів у сфері вищої освіти, розвитку партнерства між ЗВО, підприємствами, органами державної влади та органами місцевого самоврядування. Важливо, щоб ЗВО мали підтримку з боку органів місцевого самоврядування, які мають у своєму розпорядженні матеріально-технічні ресурси, що можуть бути спрямовані на реалізацію наукових розробок. Принагідно зауважимо, що якраз таку ініціативу проявила Вінницька міська рада, яка на сесії 4 жовтня 2019 р. затвердила Концепцію розвитку інноваційно-технологічного парку «Кристал», а 16 грудня цього ж року відбулося підписання меморандуму про співпрацю з шістьма ЗВО Вінниччини. Відтак у Вінниці з'явилося місце, призначене для розбудови сучасної інфраструктури та провадження інноваційної діяльності із залученням провідних ЗВО регіону.

Необхідною умовою розвитку інноваційної діяльності в ЗВО, їх партнерства з органами місцевої влади та підприємницькими структурами є розробка та впровадження ЗВО внутрішньої політики в царині інтелектуальної власності. Тому на основі Типового положення про політику у сфері інтелектуальної власності для університетів і науково-дослідних установ [2] ЗВО необхідно розробити локальні положення, у яких конкретизувати низку питань. Таким чином буде унормовано цілі, умови проведення наукових досліджень, права, обов'язки, відповідальність, захист, охорону прав їх учасників, порядок комерціалізації результатів інтелектуальної власності та розподіл доходів, мотивацію до проведення наукових розробок, відносини з зовнішніми спонсорами та третіми особами, які беруть участь у

науково-дослідній роботі, порядок врегулювання конфліктів та багато інших питань у сфері інтелектуальної власності.

Список використаних джерел

1. Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014 р. 1556-VII. Відомості Верховної Ради України. 2014. № 37–38. Ст. 2004.
2. Типове положення про політику в сфері інтелектуальної власності для університетів і науково-дослідних установ URL: http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/2019/04/IP-Policy-for-Universities_ukrversion-2.pdf.

Миколайчук І.П.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту КНТЕУ

ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДУАЛЬНОЇ ФОРМИ ЗДОБУТТЯ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Сучасний етап соціально-економічних змін в Україні характерний невпинним подоланням проблем, пов'язаних із недосконалістю механізмів взаємодії освітніх закладів та ринку праці, результативної підготовки та успішного працевлаштування випускників закладів освіти різних рівнів. Їх вирішення є одним із пріоритетних завдань уряду, до чого залучаються численні суб'єкти ринку праці, ведучи пошук методів їх вирішення. Актуальним результатом вирішення даної проблеми є зростання в останні роки інтересу до дуальної системи професійного навчання в розвинених європейських країнах. Характеризуючи сутність та значення дуальної освіти як поняття та практичного явища, доцільно відзначити, що ціла низка дослідників – як вітчизняних, так і закордонних, пропонують різні шляхи впровадження означеної форми освіти на законодавчому рівні. Так, науково-практичні розробки в сфері системної організації професійної освіти на основі методологічного принципу дуальності зустрічаються у працях таких німецьких учених як: Г. Бауман, А. Ліпсмаєр, Г. Пецольд, А. Шелтен, К. Штратман, Х. Штегман. Проте у вітчизняній практиці питання щодо передумов, можливостей та перешкод розвитку впливу дуальної освіти на якість освіти молоді в Україні та конкурентоспроможність держави у світовому рейтингу залишається наразі не достатньо дослідженою проблемою.

Лідуючі позиції у якісній підготовці кадрів для всіх галузей промисловості та активізації впровадження дуальної системи освіти займають економічно розвинуті країни (Німеччина, Канада, Австрія, Швейцарія, Великобританія тощо), щороку створюючи мільйони нових робочих місць. Доцільно зазначити, що термін «дуальна система» (від лат. *dualis* – подвійний) був запроваджений у педагогічну термінологію ще у середині 60-х років минулого століття у ФРН. Під ним потрібно розуміти нову та більш гнучку форму організації професійного навчання, тобто подвійний вид освіти, при якій навчання осіб різних закладів освіти відбувається безпосередньо на підприємствах. З позиції наукової методології поняття «дуальність» професійної освіти передбачає узгоджену взаємодію освітньої та виробничої сфер з підготовки кваліфікованих кадрів певного профілю в межах організаційно-відмінних форм навчання [1]. Водночас, в Україні запровадження дуальної форми освіти почало активно обговорюватися лише декілька років тому, із ухваленням Концепції інноваційної форми навчання Кабміном у 2016 році. Згідно Закону України «Про освіту», дуальна форма здобуття освіти – це такий спосіб її здобуття, що передбачає поєднання навчання осіб у закладах освіти (в інших суб'єктів освітньої діяльності) з навчанням на робочих місцях на підприємствах, в установах та організаціях для набуття певної кваліфікації, як правило, на основі договору [2].

За результатами аналізу ситуації, що скалася у вітчизняному бізнес-середовищі, доцільно відзначити ряд передумов впровадження дуальної освіти в Україні: 1) значна частка персоналу не використовують і 80% професійних компетентностей, отриманих під час навчання у закладах освіти; 2) працедавці вимагають при працевлаштуванні диплом про освіту лише у деяких конкретних випадках (у тих галузях, що вимагають спеціальну підготовку); 3) більшість керівників практично з першого дня прийняття на роботу працівника починають його «перенавчати» за вимогами змін, що відбуваються на ринку праці, оскільки у новачків часто відсутні «м'які» навички (стресостійкість, гнучкість у поведінці тощо); 4) переважна більшість керівників ведуть пошук найбільш адаптивних до вітчизняної дійсності західних зразків форм та методів навчання персоналу; 5) значна частка керівників не можуть оцінити результативність інвестицій у навчання власного персоналу, оскільки не володіють відповідними компетентностями; 6) реальність результатів поліпшення показників діяльності підприємства внаслідок навчання працівників є досить сумнівною та тривалою у часі, особливо за високої плинності кадрів; 7) все більше студентів закладів вищої освіти ведуть пошук

роботи задля, починаючи вже з першого курсу, чим самим знижується їх мотивація до навчання.

Отже, сьогодні у суспільстві постала нагальна потреба у реформуванні системи освіти в частині методологій та проектування змісту освіти на основі впровадження системи дуальної форми навчання. Оскільки цей процес підтримується на найвищому рівні в державі, то його потрібно прискорювати та активно запроваджувати в роботу закладів вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Дуальна освіта. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnicnaosvita/dualna-osvita>

Мініч І.І., Мурейко Я.В., Волощук І.Г.,
студенти 3 курсу 8 групи,
факультет міжнародної торгівлі та права КНТЕУ
Дараганова Н.В.,
науковий керівник, викладач кафедри, д.ю.н., доцент,
професор кафедри адміністративного, фінансового
та інформаційного права КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Україна активно розвивається в сфері науки та економіки, тому інтелектуальна власність головним чином відображає її первинні ресурси та науково-технічні можливості. Дуже важливим є забезпечення розвитку і нормального функціонування інституту інтелектуальної власності в Україні.

Сучасний розвиток інтелектуальної сфери в Україні характеризується позитивними тенденціями. Так, заступник Генерального директора Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) з питань винаходів та технологій Дж. Сандаж зазначив, що за 10 років роботи в міжнародній патентній системі Україна продемонструвала 30-відсоткове зростання кількості міжнародних заявок на об'єкти промислової власності й посідає 39-у сходинку у світі [1].

Потрібно зауважити, що існує проблема захисту прав інтелектуальної власності. Вона не є унікальною лише для України, а спільною для усього світового середовища.

Існуюча в Україні нормативно-правова база, що забезпечує правову охорону об'єктів інтелектуальної власності та порядок їх використання, має цілу низку проблем, які стосуються невідповідності деяких норм законодавства нормам міжнародного права.

Багатюк А.О. виділяє такі основні проблеми, і ми підтримуємо :

– відсутність захисту прав інтелектуальної власності в мережі Інтернет;

– відсутність нормальних механізмів фіксації таких порушень;

– відсутність випадків притягнення до відповідальності власників сайтів із піратським контентом;

– надзвичайна ускладненість зібрання доказів для захисту порушених прав інтелектуальної власності у судовому порядку в зв'язку з необхідністю залучення судово-експертних досліджень, які можуть проводити нині майже два десятки судових експертів на всю країну;

– відсутність належних правових механізмів щодо застосування заходів юридичної відповідальності (від невдало сформульованих норм адміністративного та кримінального законодавства до неприйнятих методів розрахунку збитків, завданих порушеннями прав інтелектуальної власності. І цей перелік можна продовжувати.

В основі цих явищ лежить ціла низка факторів. Неврегульованість значного ряду питань на законодавчому рівні, наявність колізій та прогалин. Відсутність стратегії бачення національної політики у сфері правової охорони й захисту прав інтелектуальної власності. Відсутність упродовж багатьох років уваги з боку державницьких органів до питань інтелектуальної власності. Неefективне державне управління. Поряд із цим одним із ключових факторів має розумітися низький рівень культури інтелектуальної власності, відсутність поваги до прав творців та правовласників [2].

Україна повинна створити належний захист інтелектуальної власності, адже його відсутність може стати обмеженням для міжнародної торгівлі. Держава повинна опікуватися питаннями створення необхідних умов для збереження й зміцнення свого інтелектуального потенціалу, пошуками шляхів його якісного розвитку, бо інакше розвиток національної творчості не матиме перспектив [3 с. 32].

Але для належного забезпечення захисту прав інтелектуальної власності необхідно зробити ще багато комплексних заходів:

- розробка національної стратегії розвитку системи правової охорони й захисту прав інтелектуальної власності;

- координувати діяльності державного та приватного сектору з метою боротьби з контрафакцією і піратством;

- оновлення судової системи, удосконаленням судових та активним використанням альтернативних способів захисту прав інтелектуальної власності;

- активна і регулярна просвіта громадськості: проведення національних і регіональних навчальних програм, активне залучення до цього міжнародних організацій та європейських колег; активний обмін інформацією з питань захисту прав як у межах України, так і між національними та європейськими уповноваженими органами;

Отже, незважаючи на значні досягнення у сфері законодавчого забезпечення правової охорони інтелектуальної власності, на думку міжнародних експертів, її недосконалість все ще становить один із найголовніших чинників, які перешкоджають створенню в Україні ефективної системи захисту прав інтелектуальної власності. Також слід зазначити, що закони України ще не приведені у відповідність із Цивільним кодексом, і це може негативно впливати на захист прав інтелектуальної власності.

Список використаних джерел

1. Промислова власність у цифрах. Показники діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» за I півріччя 2018 року державне підприємство. «Український інститут інтелектуальної власності» – К. 2018. – 40 с.
2. Богатюк А. О. Проблеми інтелектуальної власності в Україні – 2017. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1952/>
3. Орлюк О. П. захищена правда інтелектуальної власності в міжнародній інтеграції // Вісник національної академії правових наук України. 2016. №3. 32 с.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Під державним регулюванням інноваційної діяльності розуміють цілеспрямований вплив органів державного управління на економічні інтереси інститутів інноваційної сфери [1, с. 391]. При розгляді проблематики інноваційної діяльності в Україні дослідники майже завжди розглядають лише два аспекти інноваційних процесів як основні. Перший – це формування, створення інновацій, другий – це практичне використання інновацій. За такого бачення поза увагою залишається третій важливий компонент інноваційних процесів, а саме, система впровадження інновацій як сполучна ланка між створеними інноваціями та їх практичним використанням. Тобто на практиці логіка інноваційного процесу не дво а трьохступенева: 1) створення інновації, винахід → 2) впровадження інновації → 3) практичне застосування інновації.

Відсутність конкретики у баченні необхідності процесу впровадження інновацій з допомогою державної загальнонаціональної інституційної системи призводить до того, що в Україні є значна сукупність винаходів, стартапів, що не мають практичного застосування. З іншого боку, – значна частина уже впроваджених бізнесом інновацій не мають свого поширення.

Домінуючим поглядом є те, що підтримку інноваційних процесів в економіці звужують до проблеми збільшення виділення державою коштів на продукування інновацій, питомої ваги коштів на НДР в державному бюджеті. Практика інноваційної діяльності свідчить, що такий підхід, без механізму впровадження, не забезпечує позитивного результату. Важливою є відповідність потребам активізації інноваційної політики нормативної та юридичної бази, наукового і загальноосвітнього рівнів спеціалістів для здійснення циклу «ідея – розроблення – інновація – впровадження», відповідних методів управління цими процесами [2, с. 43].

За усіх недоліків стану української економіки в часи УРСР в країні існував механізм впровадження інновацій, до якого можна віднести інституції: Центр науково – технічної інформації, Школа передового досвіду, Школа соціалістичного змагання, Товариство

«Знання», молодіжні організації та ін. З припиненням державного фінансування дані інституції припинили своє існування, або існують номінально, перестали виконувати свою важливу роль в сфері впровадження інновацій.

Щодо зарубіжного досвіду, то для української науки стало своєрідним правилом говорити про значні обсяги науково – технічної, винахідницької діяльності та фінансування такої при ігноруванні наявної в цих країнах державної системи впровадження інновацій, завдяки якій і є можливими такі вражаючі результати.

В країнах ЄС центри по впровадженню (розповсюдженню) інновацій мають статус незалежних консультаційних організацій у сфері технологій та бізнесу, що отримують допомогу від Єврокомісії [3, с. 78]. Тобто, незважаючи на свою незалежність вони фактично є інституційними органами з реалізації державної політики впровадження інновацій.

Система впровадження інновацій в США має назву «Екстеншен» і історично розпочала свою діяльність в сфері агропромислового виробництва на основі ініціатив «знизу», від університетів в кінці 19 століття. В 1914 році дана система була інституційно сформована в США як загальнонаціональна на основі відповідного закону «Сміта – Левера». З часом успішна діяльність системи впровадження була поширена на територіальний розвиток, на інші галузі економічної діяльності, на соціальний розвиток, на розвиток урбанізованих поселень, тобто на сьогодні вона по-суті є всеохоплюючою як за сферами діяльності так і за масштабом.

Головні завдання системи впровадження в США: практична реалізація державної інноваційної політики; збір і систематизація нововведень, як від науки так і від практиків; оперативне поширення інформації і знань про інновації, формування освітніх програм для цільового впровадження інновацій в тій чи іншій сфері діяльності; підтримка місцевих ініціатив, за потреби надання їм загальнонаціонального значення та ін. Головним є те, що ця державна інституційна система впровадження інновацій забезпечує стимулювання їх впровадження через постійний двосторонній зв'язок науки і виробництва [4, с. 63].

Позитивні ефекти діяльності державного інституційного механізму впровадження інновацій в розвинених країнах актуалізують потребу в науковому опрацюванні даного питання та практичного створення відповідної системи в Україні на загальнонаціональному рівні.

Список використаних джерел

1. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник. Київ: Либідь. 2006. 480 с.
2. Інноваційна політика: європейський досвід та рекомендації для України / Г. Авігдор та ін. Київ: Фенікс. 2015. 76 с.
3. Шовкун І.А. Моделі інноваційного розвитку: міжнародний досвід та уроки для України. *Проблеми науки*. 2012. № 8. С. 75–83.
4. Недбалюк О.П. Програми розвитку сільської місцевості як теорія, методологія і практика діяльності дорадчих служб в США: монографія. Вінниця: Вид-во Вінницької громадської організації «Поділля-2000, 2005. 160 с.

Нежива М.О.,

к.е.н., доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту КНТЕУ

ОЦІНКА СТАРТАПУ ЯК ФОРМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

В Україні рух стартапів робить перші кроки, але вже є успішні проекти, які змогли переконати інвесторів у своїй перспективності та залучити фінансові ресурси для запуску. Термін «стартап» в перекладі з англійської означає запускати або стартувати. Стартап є компанією з невеликою історією розвитку, яка знаходиться в фазі становлення і вивчення перспектив ринку. Проте мало створити стартап, його необхідно постійно підживлювати, удосконалювати та розширювати.

Фактори, що зумовили тенденцію до збільшення кількості стартапів стали: простота, ринкова економіка, дуже висока прибутковість у разі успіху реалізації проекту, успіх подібного формату підприємництва за кордоном. Варто зазначити, що 90 % стартапів зазнають поразку.

Стартап проживає певний цикл життя, на якому проходить певну кількість стадій в своєму розвитку: посівна стадія, стадія запуску, стадія зростання, стадія розширення, стадія виходу.

У зв'язку із тим, що до стартапів не можна застосувати традиційні методи оцінки, їх потрібно модифікувати. Через це стає складнішим питання визначення оцінки стартапу. Методи оцінки інвестиційної привабливості стартапів:

- метод норми прибутку;
- метод дисконтування грошових потоків;
- метод оцінки потенційної аудиторії по прибутковості клієнта;
- метод скорингу;

- метод Беркуса;
- метод PVN;
- метод AVE MARIA.

Автором методу Беркуса є активний інвестор, або як ще прийнято називати «бізнес-ангел» Дейвон Беркус. Він зробив акцент на способі оцінки стартапів ранньої стадії. Центральною ідеєю методу є оцінка потенціалу проекту за допомогою емпіричних коефіцієнтів. При розрахунках спочатку вираховується вартість відтворення стартапу. Показники при розрахунку вартості відтворення стартапу:

- вартість фахівців;
- витрати на ліцензування;
- витрати на патентування;
- вартість наявних активів;
- вартість реклами.

Метод AVE MARIA включає: acquisition, value, engagement, monetization, retention, intellectual property. Крім того використовують метод «Palchem v Nebo».

Ринок інвестицій в технології сильно змінився, навіть порівняно з минулим роком. На сучасному інтернет просторі можна легко знайти сайти та фірми, які спеціалізуються на проведенні оцінки стартап проектів. Вони є менш складними у розумінні та використанні, порівняно з іншими інструментами оцінки. Даний вид оцінки допоможе власнику ідеї зрозуміти чи взагалі варто втілювати її. За позитивної відповіді будуть проводити розрахунок справжньої вартості стартапу. Сайти та онлайн-калькулятори для оцінки стартапу: IPOboard, Starting COSTS Calculator, Calculate Total Start-up FUNDS, Startup, Valuation Calculator, AngelList, The CAYENNE Valuation Calculator, Equidam.

Що потрібно знати, щоб опинитися серед 10 % стартаперів, які такі домагаються задуманого: стартап може прогоріти; Ви самотні; Вас можуть кинути; стартап займати весь час і у Вас не буде вихідних; спочатку дохід від стартапу мізерний; стартап може «застрягти» на піку розвитку; ви можете не впоратися з інвестиціями.

Таким чином, незважаючи на труднощі є позитивний успішний досвід реалізації стартапів, у тому числі українських, як на національному, так і на міжнародному інвестиційних ринках. Відповідно модель стартапу як ефективна модель побудови бізнесу може успішно використовуватися в українській практиці для проектів сталого підприємництва.

БЛОКЧЕЙН У КРЕДИТУВАННІ

Сьогодні кардинальні зміни відбуваються у всіх сферах життєдіяльності, торкнулися вони і найбільш консервативного сегменту фінансової сфери – кредитної. На зміну стандартним процедурам кредитування прийшов блокчейн, і хоча поки що він не замінив кредитного процесу повністю, проте вніс свої корективи.

Так, у квітні 2018 р. другий за величиною банк Іспанії Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) став першою в світі фінансовою установою, що скористалася технологією блокчейн для здійснення кредитування. Кредит на суму 75 млн євро був виданий корпоративному клієнту банку. Для укладення угоди сторони застосували приватний блокчейн, проте пізніше зареєстрували її на публічній платформі Blockchain Ethereum з використанням системи смарт-контрактів. Весь процес (від переговорів до підписання договору) проходив на базі розподіленого реєстру з повним доступом для позичальника і банку. На думку виконавчого директора BBVA Карлоса Торреса Віла, це дозволить скоротити час укладання договору «з кількох днів до кількох годин» [1].

У листопаді цього ж року BBVA разом з японським MUFG і французьким BNP Paribas видали вже перший в світі синдигований кредит на 150 млн дол іспанській компанії Red Electrica, використавши приватний блокчейн. [2] Тобто, рамках одного року відбулось поширення блокчейну, що свідчить про його вдале попереднє застосування.

Того ж року найбільший в КНР Сільськогосподарський банк Китаю за допомогою технології розподіленого реєстру видав кредит, еквівалентний 300 тис дол під заставу земельної ділянки сільськогосподарського призначення з метою «підтримки місцевого чайного виробництва» в провінції Гуйчжоу. [3] Для видачі кредиту банк створив блокчейн-платформу за участю місцевих фермерів і сільськогосподарських кооперативів. Застосування блокчейну гарантує, що закладена ділянка землі не буде запропонована як застava за іншою позикою, тому це є спробою захисту від кредитного шахрайства.

Суть технології полягає в тому, що дані про договори та транзакції зберігаються у вигляді послідовних взаємопов'язаних блоків з рівноцінним доступом до них у режимі онлайн усіх авторизованих користувачів, які бачать зміни, що відбуваються в

реєстрі, і відслідковують виконання транзакцій. Це дозволяє знизити кількість помилок при обробці даних позичальників, але вимагає чіткої стандартизації та регулювання.

Ще однією проблемою є виконання вимог про охорону та захист особистих даних користувачів (GDPR). Особливість блокчейну полягає в тому, що жодні дії не можуть бути скасовані, а відповідно до положень GDPR, користувач наділений правом на видалення своїх особистих даних з бази організації, якій їх передав. Крім того, блокчейн дозволяє передачу даних на будь-яку територію, а ст. 45 GDPR, дозволяє таку передачу персональних даних тільки в юрисдикціях, які визначені Європейською Комісією як такі, що забезпечують належний захист персональних даних.

Багато хто приходять до висновку, що норми GDPR є несумісними з використанням блокчейну для обробки персональних даних [5].

Крім того, Давидова І.В. [6, с.40] слушно зауважує, що законодавчо слід забезпечити пріоритет «права над кодом», передбачаючи обмеження, яким має слідувати розробник коду. Оскільки може виникнути ситуація коли код дозволить банку з огляду на прострочення по кредиту віддалено заглушити двигун авто, який опинився взимку на трасі.

Отже, застосування блокчейну у кредитуванні вимагає від банків побудови нових бізнес-процесів, проте дозволяє спростити процедуру співпраці з позичальниками та мінімізувати ризики, завдяки запобіганню розкриттю персональної інформації чи кредитному шахрайству.

Список використаних джерел

1. Іспанський банк видав перший в світі кредит на блокчейні. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/04/27/636432>.
2. Банки з трьох країн видали перший у світі синдікований кредит на блокчейні. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/11/7/642413/>
3. У Китаї банк видав перший кредит на блокчейні. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/431676/u-kytayi-bank-vydav-pershyj-kredyt-na-blokchejni>
4. Чуприна М. Блокчейн і GDPR. Чи бути реєстрам на блокчейн? *Юридична газета*. №1(707). URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshе/blokcheyn-i-gdpr-chi-buti-reestram-na-blokcheyn.html>.
5. Давидова І.В. Технологія блокчейн: перспективи розвитку в Україні. *Часопис цивілістики*, 2017. Випуск 26. С. 38–41.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЛАЄНС-КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

В ході провадження своєї діяльності кожне підприємство стикається з проблемами, які можуть обернутися для нього не лише фінансовими втратами, але і втратою довіри контрагентів та стейкхолдерів, зниженням ділової репутації. У зв'язку з цим, виникла необхідність створення механізмів, які б дозволили мінімізувати ризики, пов'язані з такими процесами. Один з таких механізмів виник порівняно нещодавно і має назву «комплаєнс».

Комплаєнс, у перекладі з англійської дослівно означає «відповідність»; це здатність компанії відповідати визначеним внутрішнім та зовнішнім нормам та вимогам, відповідальність за ведення бізнесу [4].

В європейських країнах система комплаєнс присутня майже в усіх секторах держави: медицина, торгівля, фінансові та страхові організації, виробничі підприємства, банківські інституції та ін. Законом закріпленого контролю і управління комплаєнс в Україні немає. Однак він активно застосовується в банківській сфері та поодинокі запроваджується на підприємствах.

Відповідно до визначення Нацбанку України комплаєнс-ризик – це імовірність виникнення збитків/санкцій, додаткових втрат або недоотримання запланованих доходів або втрати репутації внаслідок невиконання банком вимог законодавства, нормативно-правових актів, ринкових стандартів, правил добросовісної конкуренції, правил корпоративної етики, виникнення конфлікту інтересів, а також внутрішньобанківських документів банку [2].

Менеджмент підприємств торгівлі доволі часто задається питанням, як уникнути втрат в бізнесі, серед яких зменшення товарообороту, зростання обсягів простроченої та безнадійної дебіторської заборгованості, недотримання строків поставки товарів, зростання кредиторської заборгованості, дії некваліфікованого персоналу, штрафи та інші.

Управляти даними ризиками можливо за допомогою комплаєнс-контролю, завдання якого полягає у попередженні негативних наслідків для підприємства в умовах постійно змінюваних вимог, регулюючих органів та існуючої бізнес-практики. Виконання цього завдання може

покладатися на окремих співробітників або навіть цілі підрозділи компанії, які відповідатимуть за комплаєнс-контроль.

Серед переваг комплаєнс-контролю для торговельних підприємств – спрощення процедур due diligence, більш швидке укладання угод завдяки прозорості організації та фінансів, зменшення періоду очікування кредитування, підвищення впізнаваності та, відповідно, розширення масштабів і покращення фінансових результатів компанії. Навіть підприємства, які з'явилися на ринку нещодавно, не мають формально підтвердженої платоспроможності через невеликі обсяги активів, маючи бездоганну репутацію, можуть розраховувати на довіру контрагентів, отримання товарного кредиту, стабільний клієнтопотік.

Прикладами універсальних комплаєнс-заходів, які варто впроваджувати на підприємствах торгівлі, є:

- Кодекс корпоративної етики, який регламентує норми взаємодії підприємства зі стейкхолдерами та контрагентами, взаємовідносини всередині колективу, запобігає виникненню можливих порушень та конфліктних ситуацій, формує розуміння працівниками місії, цінностей та основних принципів діяльності підприємства, а також своєї ролі у виконанні стратегії розвитку компанії, забезпечує належний рівень прозорості при здійсненні підприємством своєї діяльності;

- Політика прийняття і дарування подарунків, запрошень, який розмежовує поняття «подарунок» і «хабар»;

- Політика повідомлень про порушення – яким чином співробітникам повідомляти про помічені порушення (з правом на анонімність), а також як розслідуються ці порушення;

- Регулювання конфлікту інтересів – стандарти поведінки, коли інтереси співробітника можуть суперечити інтересам компанії; інтереси одного клієнта – інтересам іншого клієнта;

- Контроль придбання цінних паперів, щоб уникнути нецільового використання робочого часу, службової інформації задля особистого збагачення;

- Політика «Китайської стіни», яка контролює використання непублічної інформації про фінансовий стан та/або інвестиційні плани третьої особи з метою отримання додаткового прибутку;

– Політика конфіденційності – нерозголошення даних про клієнтів та їх операції, дотримання стандартів обробки даних для операторів персональних даних [3].

Порушення комплаєнсу загрожує фінансовими, в числі яких як втрачений прибуток в результаті недостатнього розвитку бізнесу, так і прямі фінансові витрати, та репутаційними втратами. А оскільки в деяких випадках межує з порушенням закону, то може спричинити подальші несприятливі наслідки для всього підприємства, зокрема: заборону на проведення операцій за рахунками; призначення виїзних перевірок; адмінштрафи; санкції щодо посадових осіб; призупинення діяльності; скасування ліцензії; визнання недійсності економічних операцій.

Підсумовуючи, зазначимо, що на сучасному етапі розвитку ринкових відносин впровадження комплаєнс-контролю на підприємствах торгівлі сприятиме прозорості діяльності, відповідальності менеджменту підприємства, стимулюватиме залучення інвесторів, забезпечуючи високий діловий імідж та фінансову стабільність. Необхідно кожному підприємству починати із себе, впроваджувати зміни, надихаючи на це інших, та змінювати середовище, в якому воно працює.

Список використаних джерел

1. Михайло Кочеров. Як захистить комплаєнс ваш бізнес? Часопис «Business панорама». – №2 (98), 2019. С. 36-37 [Електронне джерело]. Режим доступу: <http://kiev-chamber.org.ua/uk/133/1776.html>
2. Постанова Національного банку України «Про затвердження Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах» від 11.06.2018 № 64 [Електронне джерело]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0064500-18>
3. Комплаєнс-контроль: що це і навіщо? [Електронне джерело]. Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/blog/komplaiens-kontrol-shcho-tse-i-navishcho/>
4. «Вікіпедія» свободная енциклопедія: Комплаєнс-контроль [Електронне джерело]. Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.

Олещенко Ю.В., Щуренко Т.А.,
студентки 3 курсу 11 групи
факультету міжнародної торгівлі та права КНТЕУ
Сенченко Л.В.,
науковий керівник, к.ю.н, доцент кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права КНТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ

Торговельна марка – один із об'єктів права інтелектуальної власності, засіб індивідуалізації товару чи послуги. Для позначення цього поняття вживають різні терміни: товарний знак, знак для товарів і послуг, торгова марка.

Відповідно до українського законодавства, торговельна марка – це позначення чи їх комбінація, що мають придатність для ідентифікації товарів чи послуг, вироблених однією особою, від товарів чи послуг, вироблених іншими особами [1]. За законодавством ЄС торговельною маркою є позначення, яке може бути графічно зображене.

Варто відмітити, що на сьогодні існує необхідність адаптації положень національного законодавства із захисту торгових марок до європейських норм і стандартів задля підсилення правової охорони від неправомірного використання.

Відомо, що формами торговельної марки можуть бути слова, літери, зображення, цифри та їх поєднання. До функцій торговельної марки належать: індивідуалізація, зазначення про походження та якість продукту, реклама продукту. [2, с. 158]

Можливими суб'єктами права на торговельну марку є фізичні або юридичні особи. Підставами набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку є: отримання свідоцтва; міжнародна реєстрація марки; визнання марки добре відомою.

Сутність порушення прав на торговельну марку полягає в наступному: користування маркою без належних прав; використання позначень, що мають схожість із зареєстрованою маркою; порушення стосується продукту, що визначений свідоцтвом та споріднених товарів.

Таким чином, власник права на інтелектуальну власність буде правомочний заборонити використання марки для спорідненого продукту та використання схожого знаку. Умовою заборони є ймовірність введення в оману виробника чи споживача. Вимога

власника права інтелектуальної власності на торговельну марку вже є підставою негайного припинення порушення та відшкодування збитків.

Тому, правове регулювання захисту права інтелектуальної власності на торговельну марку повинно передбачати посилений захист від недобросовісної конкуренції, шляхом врегулювання таких моментів:

- момент виникнення – це дата подання заявки на відповідне свідоцтво;
- межі захисту – товар (послуга), визначений у свідоцтві;
- обмеження строку чинності свідоцтва;
- виключно власник права інтелектуальної власності на торговельну марку дозволяє її використання іншим особам;
- захищається і незаконне використання торговельної марки.

Власник права інтелектуальної власності на торговельну марку правомочний на договірних умовах передавати право власності на знак повністю чи частково, а також надавати дозвіл на використання марки. Права, які йому надані спричиняють відповідні обов'язки, зокрема, вимога добросовісності користування правом. [3, с.90]

Існує поняття «тимчасового користувача» торговельної марки. Це особа, яка до дня подачі заявки на свідоцтво добросовісно використала марку або здійснила суттєву підготовку використання марки. Тимчасовий користувач має право безоплатно продовжити користування маркою або безоплатно користуватися маркою в межах зазначеної вище підготовки. [1]

Також, чинне законодавство передбачає підстави для: дострокового припинення права на торгову марку [1]; визнання недійсності свідоцтва. [4]

Варто зазначити, що найбільший захист мають добре відомі торговельні марки (наприклад, Coca Cola, L'Oréal, Apple тощо). Це пов'язано з необмеженістю строку охорони зазначених марок. Проте, існує необхідність законодавчо врегулювати користування торговельною маркою протягом 3-х років після спливу строку дії свідоцтва. [5, с. 842]

Підсумовуючи все вище сказане, можна зробити висновок, що законодавство у сфері захисту торговельних марок дещо відстає від рівня розвитку науки і техніки. Тому, слід забезпечити захист цього об'єкту інтелектуальної власності від розмивання та перетворення у родове поняття.

На нашу думку, у межах міжнародного правового захисту слід напрацювати єдині способи оцінки схожості знаків та позначень.

Також, ми вважаємо, що процедура міжнародно-правової охорони має бути дешевшою та доступнішою.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. *Верховна Рада України* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Інтелектуальна власність. Навчальний посібник у 2-х ч. / За заг. ред. В.Б. Юскаєва. Суми: СумДУ. 2014. Ч. 1. 158 с.
3. Киричук А.С., Топіна Я.Ю. Право інтелектуальної власності на торгову марку. *Економіка і суспільство*, 2017. С. 89-95.
4. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України № 3689-ХІІ від 15.12.1993. *Верховна Рада України* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>.
5. Рудник Т.В., Закорецька Г.В. Правова охорона торговельних марок. *Форум права*, 2012. С. 840-844.

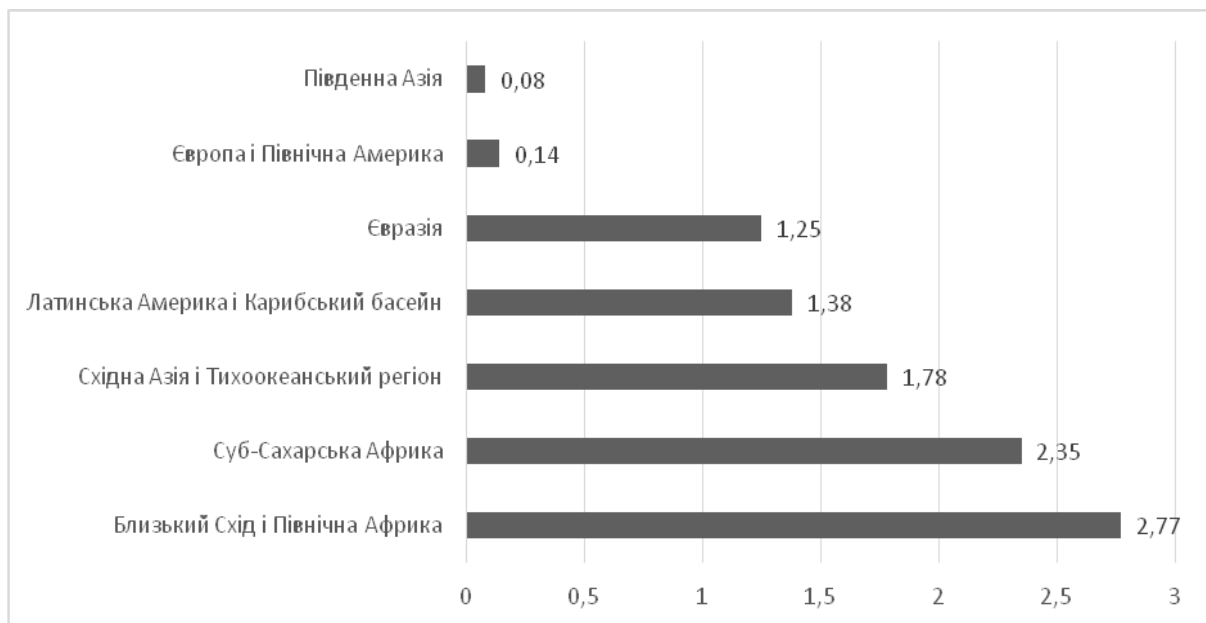
Омран Хоссейн,

здобувач наукового ступеня КНТЕУ

ЗАХОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ БЛИЗЬКОСХІДНОГО РЕГІОНУ ТА УКРАЇНИ

Створення ефективної системи підтримки експорту зумовлює визначення потенційних ринків та їхніх можливостей до розширення. Перелік традиційних та усталених напрямів торговельного співробітництва національних акторів зовнішньоекономічної діяльності потребує значного перегляду. Він може бути доповнений зростаючими ринками країн Близького Сходу.

За індексом конкурентоспроможності, який щорічно складається Всесвітнім економічним форумом, найбільше зростання індексу у 2019 р. було продемонстровано двома регіонами: Близький Схід і Північна Африка (2,77 %) та Суб-Сахарська Африка (2,35%), що продовжує тренд зростання ролі цих регіонів серед інших країн, що розвиваються. Темпи зростання країн Суб-Сахарської Африки, за даними Світового Банку, у період з 2010 по 2018 рр., були на рівні 4 % в середньому. У відповідному періоді у країнах Близького Сходу та Північної Африки цей показник складав 3,67 % (рис. 1).



*Рис. 1. Індекс конкурентоспроможності за регіонами світу, зміни 2018–2019 рр., %**

Джерело: складено автором за [1]

Відповідно, зростання економічного і соціального потенціалу цих регіонів формує нові економічні і соціальні умови в країнах, закріплює їх місце в глобальних економічних процесах шляхом включення у ланцюги вартості та стимулює перегляд стандартів та умов життя і зміни у процесах врядування суспільних сфер.

Основною метою політик економічного розвитку країн Близького Сходу є диверсифікація економіки і розвиток регіональних інтеграційних зв'язків, що пов'язано із високою залежністю від експорту нафтопродуктів і невисокими темпами розвитку внутрішніх ринків країн [2]. Неприятливі умови для ведення сільського господарства та низька інноваційна спроможність в середньому по країнах створює додаткові можливості для просування та експорту українських товарів на ці ринки.

Досвід країн, метою яких була формування і успішна реалізація стратегії диверсифікації експорту, полягав у наступному:

- широкий рівень політичної прихильності в рамках підтримки уряду та суспільства щодо досягнення економічного розвитку, зменшення бідності та соціальної стабільності;
- орієнтація на зростання експорту, залучення прямих іноземних інвестицій та на збільшення асортименту експортованих товарів та послуг;

– важливість сильної, технічно спроможної адміністрації для управління процесом диверсифікації;

– наявність впливових зацікавлених сторін, що мають інтереси у немінеральних галузях, що експортуються, щоб частково компенсувати політичний вплив домінуючих (-ів) секторів;

– важливість нарощування як людського капіталу, так і інституційного потенціалу [3, с.156].

Відповідно, з метою диверсифікації експортних напрямів та включення країн Близького Сходу у перспективні напрями формування зовнішньоторговельного потенціалу є доцільним активне впровадження методів економічної дипломатії, серед яких: моніторинг світових ринків товарів і послуг, участь у міжнародних виставках і торговельних місіях, проведення урядових і бізнесових переговорів, надання інформаційної підтримки, проведення досліджень цільових ринків.

Список використаних джерел

1. World Economic Forum (2019) Global Competitiveness Index 4.0. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2019/chapter-two-regional-and-country-analysis/>
2. Анкаві Саєд С.М. Напрямки розвитку економічного співробітництва між Україною і державами Близького Сходу. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2014. С. 65–68. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/4505>
3. OECD, WTO (2019). The Aid for Trade at a Glance: economic diversification and empowerment. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4trade19_chap5_e.pdf

Onyshchenko V. O.,

*Doctor of Science in Economics, Professor of Finance and Banking
Department National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»*

Sivitska, S. P.,

*PhD. (Economics), Vice-Rector for Scientific and International Work
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»*

Cherviak A. V.,

*Postgraduate of Finance and Banking Department
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»*

INTERNET SERVICES IN BANKING INNOVATIVE DEVELOPMENT

Innovation is the key to effective development of all economy's sectors, including banking. Banking system is the most regulated in terms of legislation and National Bank of Ukraine supervision. Due to innovative technologies, global financial system is actively forming, which leads to quality financial competition.

It is worth to note that nowadays latest technologies are increasingly connected with World Internet System. Therefore, it is very important to analyze link tracking between innovation and electronic resources [1].

It is possible accelerate and improve banking services by making effective Internet use. It will improve customer service and provide banks with a sophisticated and up-to-date customer service system.

According to Internet World Stats, in 2019 (Figure 1), Ukraine ranks 8th place among other European countries in terms of Internet users. It represents about 23,3 million people, or more than half of the country's population, or almost 3,5% of all users in Europe. This is a good result, however, in comparison with the leading countries, Ukraine is far behind, as this figure reaches on average more than 85% [2].

New information and communications technologies completely update concept of modern bank, its tools and methods clients' communication. The banking sector of Ukraine is actively introducing banking internet innovations to remain competitive in the services market.

Banks using innovative customer service technologies enables them to refuse customer service at the branch and give them 24/7 access to their services.

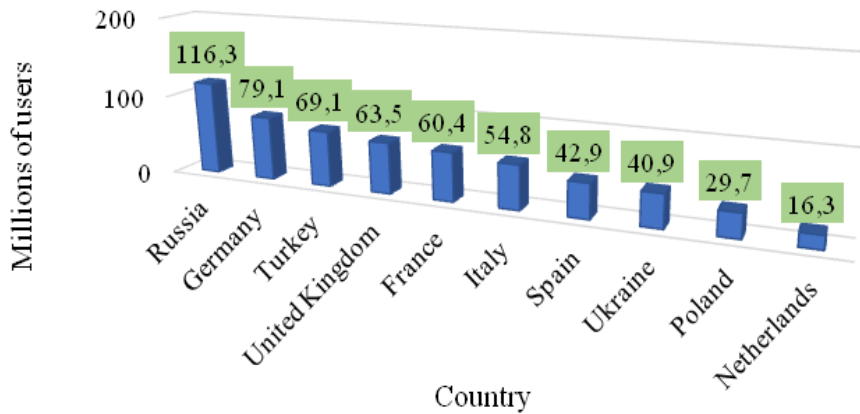


Fig. 1. World countries rating by consumers of Internet services

According to the NBU [3], figure 2 displays statistics before decrease in branches of Ukraine commercial banks quantity.

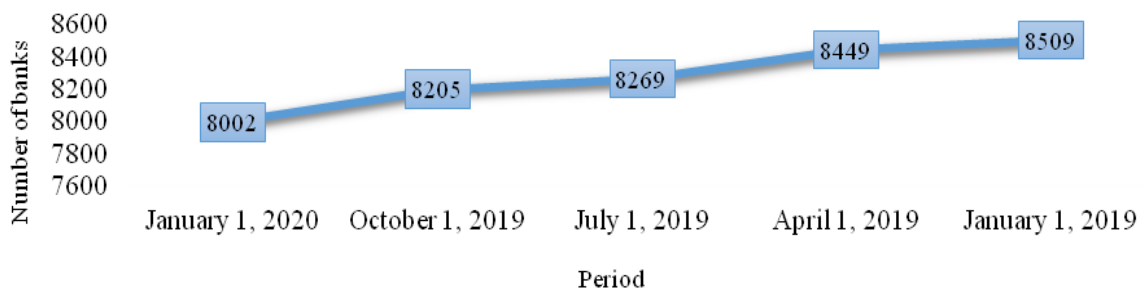


Fig. 2. Ukraine commercial banks branches quantity

In total, bank branches quantity decreased to 507 branches. It indicates that banking institutions management has chosen the latest technologies direction.

Creating an online customer service system not only reduces staff costs but also gives access to personal accounts for clients around the clock. The ability to conduct banking transactions instantly from any country through gadgets is a major aspect in bank customer choosing.

References

1. Sutormina KM, Galay Y.S. Innovative Banking Development Strategies [Electronic resource] – Access mode: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32276/Siukf_19_175.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttps://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32276/Siukf_19_175.pdf?sequence=1&isAllowed=y

2. Internet Word Stars [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.internetworldstats.com/stats4.htm>.
3. National Bank of Ukraine [Electronic resource] – Access mode: <https://bank.gov.ua>.

Осіпова Л.В.,

*к.е.н., доцент, кафедра економіки та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

Давидюк Л.П.,

*к.е.н., доцент, кафедра економіки та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Трансформація національної економіки під впливом глобалізаційних процесів, зумовлює необхідність відповідних структурних перетворень підприємницького сектору, важливою складовою якого є малий бізнес. Динамічний розвиток малого підприємництва є чинником формування конкурентного середовища, прискорення інноваційного розвитку країни, зростання рівня зайнятості, формування середнього класу. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних ідей, випуску наукомісткої продукції, мале підприємництво тим самим виступає рушійною силою науково-технічного прогресу. Саме розвиток малого бізнесу є одним із найпріоритетніших напрямів розвитку економіки України[1].

Значний внесок у дослідження проблеми становлення та розвитку інноваційної діяльності малого бізнесу зробили такі вчені: Б Санто, Б. Твіс, Р. Фостер, В. Хартман, З. Варналій, В. Мікливода, А. Пересада, Д. Черваньов, В. Савчук, В. Кредісов, О. Кузьмін, В. Черняк та інші.

За темпами розвитку малого бізнесу Україна суттєво відстає від провідних країн світу, які стимулюють та підтримують мале підприємництво, що сприяє їхньому інноваційному розвитку, покращенню якості та конкурентоспроможності виробленої продукції, підвищенню соціальних стандартів життя населення. За даними ООН, на малих та середніх підприємствах виробляється від 30 до 60% національного продукту – залежно від країни, при цьому частка малого та середнього бізнесу в Україні досягає до 15% ВВП [1].

Відповідно до рейтингу Світового банку «Doing business – 2020», за оцінкою легкості ведення бізнесу, Україна займає 64 місце серед 189 країн. Саме впровадження електронного декларування у вітчизняній податковій системі стало одним із ключових чинників поліпшення позиції України у зазначеному рейтингу. Це впровадження сприяло скороченню переліку платежів, кількості часу для їх здійснення, що покращило позицію України за параметром «оподаткування». Поряд з цим, це не найкращий рейтинг навіть серед країн пострадянського простору: Литва перебуває на 11 місці, Естонія – на 18-му, Латвія – на 19-му, Казахстан – на 25-му, РФ – на 28-му, Молдова – на 48-му, Білорусь – на 49-му[2].

Основними проблемами розвитку малого бізнесу в Україні: відсутність дієвого механізму підтримки, розвитку і захисту малого бізнесу; поширеність корупції; непрозорість доступу до державних і комунальних ресурсів; неефективність механізмів захисту прав і інтересів суб'єктів малого бізнесу; високі витрати часу і коштів підприємців на реєстрацію власності, започаткування підприємства; недосконалість податкової системи; відсутність соціальної відповідальності бізнесу тощо [3].

Розвиток та підтримка інноваційної діяльності малого бізнесу є надзвичайно важливими завданнями на рівні держави з погляду формування її конкурентоспроможної економіки та розширення її присутності у світовому економічному просторі. Для активізації інноваційної діяльності малого бізнесу в Україні необхідними кроками є: реалізація спеціальних програм інноваційного розвитку, формування інноваційної інфраструктури, налагодження тісної співпраці між науковими закладами та підприємствами на основі комерціалізації, розроблення та впровадження дієвого алгоритму фінансового забезпечення інноваційної діяльності [4].

Отже, структура та стан малого бізнесу виступають важливою вихідною основою при обґрунтуванні стратегії розвитку економіки України в умовах глобалізації. Тому особливої уваги заслуговують питання активізації рівня використання потенціалу малого підприємництва, як одного з важливих факторів стійкого інноваційного зростання країни.

Список використаних джерел

1. Табінський В.А. Деякі аспекти розвитку малого підприємництва в Україні. Економіка і суспільство. 2016. № 2. С. 36–39.

2. «Doing business-2020»: Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness>
3. Звонар Й.П. Бар'єри на шляху розвитку малого бізнесу в Україні та інструменти їх подолання // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 15. Ч. 1. С. 36–39.
4. Бабець І. Г. Обґрунтування напрямів розвитку інноваційного підприємництва з урахуванням світового досвіду. Режим доступу: <http://niss.lviv.ua/analytics/65.htm>.

Павлюк Т.І.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Для сучасної України соціальні перетворення є вкрай важливим питанням, особливо в умовах її європейської орієнтації.

За останні десять років у всьому світі спостерігається хвиля неабиякого інтересу до соціальних інновацій як способу досягнення стійкого економічного зростання. Зокрема такі важливі інноваційні рішення, як справедлива торгівля, дистанційне навчання, мобільний грошовий переказ, відновне правосуддя та безвуглецеве будівництво допомагають розв'язати низку найбільш нагальних проблем сучасності. При цьому соціальні інновації надають і унікальну можливість відійти від вузького способу мислення про соціальні проекти, демонструючи взаємопов'язаність різноманітних факторів та зацікавлених сторін.

Однією з найсильніших сторін в Україні, з погляду інноваційності, визнаються:

- охоплення населення вищою освітою.

Модернізація системи освіти визначається ключовим фактором відродження вітчизняної економіки, успішного розвитку соціальної сфери, підготовки конкурентоспроможних на ринку праці фахівців, здатних продукувати нові технології й наукові знання та гідно представляти нашу країну в світовому співтоваристві. Водночас, результати проведених за останні десятиріччя освітніх реформ не відповідають очікуванням суспільства щодо суттєвого покращення якості освіти, що визначає нагальну потребу системних інноваційних змін у діяльності навчальних закладів.

Стратегія інноваційного розвитку навчального закладу – це довгострокове прогнозування майбутніх змін у педагогічній системі, що визначає пріоритетну модель інноваційного процесу, яка передбачає можливість швидко реагувати й своєчасно адаптуватися до запитів суспільства щодо оновлення цілей, змісту й якості освіти. Стратегія інтегрує місію, цілі, підходи, ресурси, умови та дії в єдиній програмі розвитку, що прийнята й підтримується усім колективом, для якого вироблення стратегії інноваційного розвитку, передусім, полягає в усвідомленні своєї місії як бачення нових гуманістичних цінностей освіти, суспільних та особистісних мотивів інноваційної діяльності, провідної ідеї, унікального образу теперішнього й майбутнього. Аналіз досвіду становлення і розвитку навчальних закладів інноваційного типу засвідчує, що саме створення інноваційного середовища значною мірою обумовлює позитивне ставлення педагогів до нововведень й до себе як 17 суб'єктів відповідного процесу, формує особливу атмосферу творчого пошуку, корпоративного духу, сприяє зняттю бар'єрів у сприйнятті та реалізації змін [1].

Національною комунікаційною платформою усіх секторів соціальної системи, які прагнуть однієї мети: соціально-економічного розвитку країни став Форум «Найкращі соціальні проекти України». Платформа збирає доказову базу реалізованих соціальних програм та учасників, досліджує соціальні запити на територіальному рівні, визначає реальних учасників та виставляє індикатори подальшого територіального розвитку на регіональному та національному рівнях. Це перша спроба в Україні створити публічну доказову базу реалізованих практик та залучити до оцінки суспільство та експертів зі всього світу. Соціальні інновації, які стрімко почали з'являтися останнім часом в Україні, свідчить лише по одне – найбільш перспективною силою для мирних соціальних перетворень є студентська молодь та пострадянське покоління, які явно демонструють налаштованість на таку діяльність і можуть стати основою нових громадських рухів. Що, в результаті, сприятиме зростанню благополуччя всього суспільства [2].

Потужним чинником для занепаду економіки стала криза 2008 року. Разом з тим, цей час став найкращим для активного впровадження соціальних інновацій в Україні. Адже криза вплинула не лише на виробничу сферу та економічний розвиток, а й на соціальне життя населення (безробіття, деградація суспільства, старіння населення, зубожіння і т.д.).

Список використаних джерел

1. Коновальчук І. І. Закономірності та умови реалізації інноваційних освітніх процесів. *Розвиток педагогічних наук в Україні і Польщі на початку XXI століття* : зб. наук. праць. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2011. С. 552–557.
2. Соціальні інновації в Україні. URL: https://www.siceurope.eu/sites/default/files/uploads/documents/UA_social_innovations_UKR.pdf

Пащенко Б.В.,

аспірант кафедри світової економіки КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО АГРОБІЗНЕСУ

АПК України є одним із потужних драйвером нарощування потужності зовнішнього сектору. Традиційний погляд на окреслену сферу є такий, що розглядає її як галузь, яка поглиблює проблему «ресурсного прокляття» для України. Адже мова йде про те, що нарощування масштабів зовнішньої торгівлі продукцією АПК консервує сформовану неефективну структуру національної економіки на низькотехнологічних виробництвах та процесах. І більше того, має місце «втягування» інвестиційних ресурсів нерезидентів пріоритетно саме в цю галузь.

Попри очевидні побоювання, зазначимо, що і світовий досвід, і вітчизняна практика засвідчують посилення інноваційних трендів в аграрному виробництві. Виокремимо кілька найбільш потужних.

По-перше, мова йде про подальшу автоматизацію сфери агробізнесу. Прикладом успішної автоматизації як інновації сільського господарства слугує Ізраїль. Однією із найбільш вражаючих інновацій цієї країни – крапельне зрошування площ під сільськогосподарськими культурами. Наразі цей успішний досвід імplementовано в практику організації аграрного бізнесу в Сенегалі, Кенії, Південно-Африканській республіці, Беніні та Нігерії.

По-друге, впровадження агробіотехнологій, що забезпечує підвищення продуктивності як землеробства, так і тваринництва. Очевидними лідерами у цій царині можна вважати Австралію, Ізраїль, Нідерланди, Нову Зеландію, США та інш. Урожайність рослинництва підвищується за рахунок генетики і мікробіології ґрунту, інновацій в захисті рослин, зниження впливу шкідливих чинників, зменшення

пестицидного навантаження на рослини і ґрунт, виробництва органічних і мінеральних добрив. Сюди ж відноситься створення нових продуктів на базі сільськогосподарської сировини, в тому числі біогазових комплексів. Для тваринництва в пріоритеті – створення нових кормових міксів, контроль і діагностика захворювань, виробництво вітамінів, зниження впливу людського чинника у виробництві [2].

По-третє, впровадження цифрових платформ та програмних продуктів в організацію агробізнесу. Це вочевидь важливий напрямок хоча б тому, що сільгоспугіддям властиві величезні площі, а відтак управління ними ускладнюється. Управляти ними фізично складно. Окрім цього цифрові платформи дозволяють по іншому здійснювати картографію, проводити аналіз земельного банку. В цьому контексті виокремилось в якості рушія впровадження так зване прецизійне (точне) сільське господарство, що є концепцією управління фермами, в основі якої лежать інформаційні технології. Техніка точного землеробства багато в чому залежить від спеціалізованого обладнання, технологій і програмних послуг. Крім того, вона включає біоінженерію, робототехніку та автоматизацію, big data, а також оцифровку отриманої інформації.

За прогнозом Precision Farming Market by Technology – Global Forecast to 2022 компанії Market & Market, ринок точного землеробства до 2022 року виросте до \$ 7,87 млрд. Дослідники вважають, що в період між 2016 і 2022 щорічний приріст обсягу ринку технологій для точного землеробства складе в середньому 13,47% [3].

Україна все активніше входить в перелік країн – лідерів на світовому ринку продукції АПК. Ефективність такого входження буде залежати від того, чи вдасться вітчизняному агробізнесу впровадити інноваційні технології у виробництві та управлінні, чи знову доведеться підраховувати збитки від «ресурсного прокляття»

Список використаних джерел

1. Jeffrey D. Sachs & Andrew M. Warner, 1995. «Natural Resource Abundance and Economic Growth,» NBER Working Papers 5398, National Bureau of Economic Research, Inc. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/5398.html>
2. 7 пріоритетних напрямків для інноваторів в агро[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion/7-prioritetnih-naprjamkiv-dlja-innovatoriv-v-agro-2320731.html>

3. Global Smart Farming Market: Focus on Solution (Hardware Systems, Software, Services), Application (Precision Crop Farming, Livestock Monitoring & Management, Aquaculture) and Agricultural Robots – Analysis and Forecast 2018-2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchandmarkets.com/research/nt478d/smart_farming?w=5

Петрань С.В.,
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії,
завідувач відділення ВТЕК КНТЕУ,
Шкрабій В.А., Пшук О.А.,
студентки 3 курсу

НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ РОЗРОБКИ ЯК ІННОВАЦІЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Перед економікою України сьогодні постала найгостріша та найактуальніша проблема пошуку джерел капіталу для фінансування інноваційного розвитку у сфері виробництва. Адже для того, щоб створювати складні технічні системи, винахідникам необхідні не лише принципово нові ідеї і тривалий час для їхнього втілення в життя, а й фінансові ресурси [1].

Науково-технічні розробки і нововведення виступають як проміжний результат науково-виробничого циклу і в міру практичного застосування перетворюються в науково-технічні інновації – кінцевий результат. Науково-технічні розробки і винаходи є додатком нового знання з метою його застосування, а науково-технічні інновації – це матеріалізація нових ідей і знань, відкриттів у процесі виробництва з метою їхньої комерційної реалізації для задоволення визначених запитів споживачів.

Бізнес-модель є сучасним прогресивним інструментом реалізації стратегії підприємства в умовах динамічного та непередбачуваного ринкового середовища. Використання технології бізнес-моделювання в умовах вітчизняного бізнесу є сьогодні перспективним аспектом наукових досліджень та практичної апробації [2].

Гібридні конкурентні стратегії спрямовані на формування майбутніх потреб споживачів та формування майбутніх ринків, на яких можна буде ухилитися від конкурентної боротьби. Яскравим прикладом цього є «Нова пошта», а саме шафи адресного зберігання.

Компанія спрямовує свої зусилля на спрощення робочих процесів, зокрема і у відділеннях.

Отож, як це працює? Кожному відправленню після вивантаження присвоюється конкретна адреса зберігання. Безпосередньо у клієнтській зоні відділення розміщуються стелажі з полицями. На кожній полиці, що є своєрідним «будинком» для вантажу, вказано код. При розвантаженні посилки скануються і кожне з них відправляється у свою «домівку», де й чекає до приходу клієнта.

Коли клієнт приходить у відділення і називає останні чотири цифри номеру відправлення, оператор одразу бачить в системі, де знаходиться його посилка.

Завдяки тому, що кожне відправлення має своє місце, це значно пришвидшує пошук вантажу для видачі клієнту. Тепер щоб знайти, наприклад, невелику посилку оператору не потрібно йти у інше приміщення. Навіть іноді можна не вставати з робочого місця – посилка може розташовуватися за спиною у оператора на відстані витягнутої руки.

Крім того, спрощується і сам процес вивантаження у відділеннях, адже з новою системою зникає і потреба у попередньому сортуванні.

Підвищується й рівень клієнтоорієнтованості – клієнт, прийшовши у відділення, має змогу бачити своє відправлення, яке дбайливо та відкрито зберігається на полицях. Також завдяки встановленню стелажів «розумних стелажів» зменшується потреба у робочих площах приміщень. Так продуктивність обслуговування клієнтів виросла на 20%.

Різноманітність інструментів впровадження інновацій на українському ринку дозволяє компаніям вибрати механізм, який відповідає обсягу ресурсів, внутрішнім корпоративним особливостям та управлінським уподобанням.

На щастя, в Україні у різних секторах економіки з'являються компанії, які не шукають причин, чому інновації неможливі, не звинувачують державу або конкурентів, а всупереч середовищу будують власне майбутнє.

Список використаних джерел

1. Інноваційні процеси: основні організаційні структури [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ru.osvita.ua>
2. Основні поняття інноваційного менеджменту [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://studfile.net>

Петрань С.В.,
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії,
завідувач відділення ВТЕК КНТЕУ,
Бігун В.О., Іванченко А.В.,
студентки 3 курсу

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Сучасне життя все більше і більше набирає обертів, динамічність зміни подій ми відчуваємо все яскравіше. Нинішнє суспільство виходить на нові та досконалі рівні обміну інформацією, співпраці, досягнення поставлених цілей тощо. Такій швидкій зміні суспільних формацій значною мірою потрібно завдячувати інноваціям. Чим далі, тим складніше знаходити щось принципово нове, а то й зовсім невідоме наразі, оскільки інвестиційні лаги випуску інновацій скорочуються з кожним роком, а реалії нашого життя та проблеми досить швидко знаходять своє вирішення.

В свою чергу, розвиток будь-якого бізнесу полягає у постійному пошуку і впровадженні нових ідей, технологій, товарів, послуг, методів виробництва тощо. Отже і функціонування його структурних підрозділів вимагає постійного вдосконалення, оновлення, реорганізації, пошуку нових способів управління і ведення бізнесу [1].

Основою ведення будь-якого бізнесу – забезпечення фінансовими ресурсами. Саме фінансові ресурси створюють умови для функціонування та формують потенціал підприємства. Наявність ресурсів обумовлює безперервність процесу виробництва, розширення виробничих фондів (основних та оборотних), збільшення накопичень і підвищення ефективності виробництва. Достатній обсяг фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають стабільний, стійкий, платоспроможний, ліквідний стан підприємства. Фінансові ресурси формуються за рахунок цілого ряду джерел: прибуток; амортизаційні відрахування; засоби, отримані від продажу цінних паперів; пайові та інші вклади юридичних та фізичних осіб; кредит і позики; засоби від реалізації коштів. Отже, забезпечення фінансовими ресурсами – це основа діяльності підприємства, ці ресурси створюють умови для функціонування та формують потенціал підприємства.

Інновації створюють нові методи досягнення конкурентоспроможності або кращі способи конкурентної боротьби при використанні старих засобів. Можна виділити декілька головних переваг, першою серед яких, є зниження ціни – один з найефективніших чинників

конкуренції, але це призводить до зниження прибутку. Щоб цього не допустити потрібно здійснити певні заходи, а саме, створення новітнього продукту, якому немає аналогів, або створити конкурентні переваги існуючого продукту, тобто модернізація. Другою, але не менш важливою, є освоєння нових сегментів ринку, що надає абсолютну перевагу конкурентам.

Створення нової продукції, або модернізація старого товару дає можливість принести додатковий прибуток. Розробка нового продукту дозволяє захопити значну частку ринку, що тягне за собою збільшення продажу продукції підприємства. Якщо перевага досягнута за рахунок випуску на ринок унікальної продукції, заснованої на власних конструкторських розробках, то для знищення такої переваги конкурентам треба розробити ці секрети з найменшими витратами. Це означає, що на деякий час фірма виявляється у лідируючому і недосяжному положенні, вона стійко конкурентоздатна.

Товар, в якому реалізовано «ноу-хау», зберігає конкурентоспроможну перевагу до тих пір, поки зберігається конфіденційність використаного в ньому «ноу-хау [2].

Отже, інноваційна діяльність фірми виступає одним із найважливіших чинників підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, що забезпечує їх сильну конкурентну позицію як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках. Тому українським підприємствам необхідно збільшувати ефективність інноваційної діяльності, що дозволить цілком реалізувати наявний потенціал і буде міцною основою функціонування і розвитку економіки країни[3].

Список використаних джерел

1. Режим доступу: <https://www.freepapers.ru/110/konkurentospromozhst/20668.165398.list2.html>
2. Режим доступу: <http://masters.donntu.org/2012/iem/latyshev/library/article1.htm>
3. Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65625a2bd78a4c53a89521306c36_0.html

ПРОБЛЕМА ФІНАНСОВОЇ ІНКЛЮЗІЇ НАСЕЛЕННЯ ТА ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ

На сьогодні проблема фінансової інклюзії населення є важливою для багатьох провідних країн, а саме: США, Великобританії, Канади, Нідерландів, Австралії, Нової Зеландії. Потужні міжнародні організації, зокрема Світовий Банк, Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) тощо об'єднують зусилля найкращих фахівців з метою вирішення даного питання.

За даними НБУ [1] на сьогодні базовим банківським рахунком, через відсутність доступу, не може користуватись майже третина світового населення. Тому провідними міжнародними організаціями фінансова інклюзія визначається найважливішим завданням їх діяльності. За інформацією Світового банку, розроблена національна стратегія з фінансової інклюзії або вбудовані компоненти фінансової інклюзії до розширених національних стратегій є вже у більш, ніж 100 країн світу.

Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD/INFE) фінансова інклюзія визначається як «процес просування доступного, вчасного та повноцінного доступу до широкого спектру фінансових продуктів і послуг, поширення їхнього використання серед всіх прошарків суспільства через впровадження існуючих та інноваційних підходів включно з фінансовою обізнаністю та освітою з метою просування як фінансового добробуту, так і економічної та соціальної інклюзії» [1].

Підвищення рівня фінансової інклюзії для стейкхолдерів ринку фінансових послуг дозволяє вирішити наступне:

- регуляторам та державі загалом – залучити усі верстви населення до економічної системи через мобілізацію заощаджень населення тощо, у результаті чого відбудеться зростання економіки;
- фінансовим посередникам послуг – збільшити кількість споживачів фінансових послуг;
- споживачам – підвищити особистий добробут завдяки ефективному та зручному використанню сучасних фінансових послуг.

Фінансова інклюзія сприяє ефективному управлінню активами, підвищенню та стабілізації доходів, зменшенню вразливості від економічних криз.

У 2017 році Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) проведено дослідження, мета якого полягала в оцінці рівня фінансової інклюзії українців, їх знань та навичок в області фінансів, найбільш поширених моделей фінансової поведінки та факторів прийняття фінансових рішень.

Виявилось те, що сучасні українські споживачі фінансових послуг користуються ними на інтуїтивному рівні. Більшість з них мають лише базові знання та навички, наслідком чого є найпростіший пакет використовуваних послуг, таких як платежі та розрахунки. Інші послуги (зокрема кредитні картки) використовуються або у разі крайньої потреби, або за традицією (депозити, їх мають менше 10% населення), або навіть без усвідомлення сутності послуги (наприклад, питома вага респондентів, які зауважили, що користуються фінансовою послугою страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів в Україні майже вдвічі менша за частку власників автотранспорту серед населення України).

Користуючись фінансовими послугами або стикаючись з фінансовими установами, українці не відчують себе комфортно, однак вони майже нічого не роблять аби виправити ситуацію. Виключенням є послуги страхування життя та медичного страхування, на яких планується будувати реформи пенсійного та медичного забезпечення. Отже, українцям цікаві лише фінансові теми, які мають для них персональну важливість.

Підвищення фінансової грамотності має базуватись не на елементарному донесенні певної інформації громадянам, а все ж таки на розвитку практичних навичок, адже фінансова культура формується в результаті накопичення та практичного застосування специфічних знань, умінь і навичок в управлінні особистими фінансами. Постає питання пошуку ефективного інструментарію для розвитку таких навичок. На нашу думку, менеджмент будь-якої фінансової установи міг би долучитись до вирішення проблеми фінансової інклюзії, цілеспрямовано вибудовуючи свої комунікаційні відносини зі споживачами, одночасно надаючи їм можливість отримати звання, уміння і навички та отримуючи власні конкурентні переваги.

Більшість спеціалістів схиляються до думки, що комунікаційна діяльність має пріоритетне значення в системі маркетингу компаній. Все частіше конкуренція суб'єктів продажу продукції стає конкуренцією їх маркетингових комунікаційних систем.

Незважаючи на щорічне збільшення видатків українських банків на маркетинг і рекламу[3] рівень проблеми з фінансовою інклюдією громадян показує недостатню ефективність прямого рекламування бренду фінансової установи і основних послуг. Важливо досягти довіри споживачів і розуміння власної вигоди від користування запропонованих послуг. Для цього потрібні більш креативні і нестандартні рішення.

На жаль, фінансові інституції майже не використовують цікавих ідей для просування власних послуг та не пропонують креативних рішень для отримання довіри споживачів. Так, product placement, який давно знайшов своє місце в сфері кіно і телебачення, коли вдало або не дуже розміщуються інші, крім фінансових, товари і послуги, давно міг би стати потужним комунікаційним інструментом фінансових інституцій. Маркетологи вважають product placement одним з ідеальних інструментів просування продуктів, який допомагає сформувати образ компанії (бренду) в свідомості споживачів, у тому числі й при розміщенні фінансового продукту або послуги. Цінність даного прийому особливо збільшується в разі природної інтеграції представленого продукту в атмосферу кіно або телевізійного шоу.

Сучасною проблемою впровадження product placement є висока конкуренція серед фінансових інституцій. На початок 2019 року в Україні одночасно працювало близько 80 банківських установ [4] та 280 страхових компаній [5]. І, незважаючи на те, що за п'ять років їх кількість скоротилась в 1,5–2 рази і має подальшу тенденцію до зменшення, все ж таки їх ще дуже багато для того, щоб споживач міг вільно орієнтуватися на ринку надавачів фінансових послуг. Лідери на ринку присутні, але на відміну від монополістів минулого – Ощадбанку СРСР і Держстраху, яскравих представників не так багато. А для того, щоб фінансовій установі було вигідним розміщувати бренд власної компанії або свій фінансовий продукт за допомогою product placement, треба у конкурентному відношенні бути впевненим у тому, що потенційні споживачі фінансових послуг помітять тебе серед багатьох інших.

Крім того, останнім часом посилилась тенденція відмови людей від телебачення. І наявність «постійної реклами» озвучується як основна з причин. Люди цінують власний час і не бажають витратити його на перегляд або прослуховування реклами. Вони готові купувати можливість не бачити і не чути реклами. У цьому випадку product placement може виступити варіантом заміни звичайної реклами. Вже очевидно, що дане розміщення, з одного боку, не потребує великих витрат, як для створення рекламного ролику, з іншого боку потребує

величезної професійності для реалізації органічності контенту. Від цього залежить сприйняття глядачем запропонованого матеріалу і, власне кажучи, ступінь досягнення нашої головної мети у напрямку підвищення рівня фінансової інклюзії.

Отже, вирішення проблеми фінансової інклюзії громадян – одне із завдань на шляху досягнення динамічного розвитку фінансового ринку, який, в свою чергу, є запорукою економічної безпеки і добробуту держави.

Product placement, як інноваційний метод розміщення фінансового продукту або інформації щодо його використання, ні в якому разі не можна відносити до прихованої реклами. Product placement – це те, що повинен бачити і розуміти споживач, і це те, що не повинно дратувати його. Органічне розміщення має бути тим, що відрізняє цей метод від звичайної реклами, а тому потребуватиме надзвичайної майстерності від виробників даного рекламного продукту. Психологія сприйняття людиною інформації у даному випадку дуже важлива для врахування під час створення product placement.

Оригінальність та нестандартність форм донесення інформації про послуги фінансових інституцій дозволить, на нашу думку, досягти позитивного сприйняття споживачем власне самого фінансового продукту, підвищити інтерес до нього та дозволити більш детально розібратись в певних особливостях та можливостях його використання, а, отже, підвищити в цілому рівень інклюзивності населення у фінансових питаннях, що, в кінцевому підсумку, призведе до бажаних для всіх стейкхолдерів наслідків.

Список використаних джерел

1. Фінансова інклюзія. Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976&cat_id=3115908
2. OECD (2018). OECD/INFE Toolk it formeasuring financial literacy and financial inclusion. P.4
3. Какие банки больше всего тратятся на рекламу. Режим доступу: <https://minfin.com.ua/2018/09/04/34788713/>
4. Кількість банків в Україні. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/2019>– Загл. з екрану.
5. Статистика страхового ринку України Режим доступу: <https://forinsurer.com/stat>– Загл. з екрану.

Прокопенко Н.О.,
д.біол.н., головний науковий співробітник
ДУ «Інститут геронтології
ім. Д.Ф. Чеботарьова НАМН України»

ГЕРОНТОЛОГІЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ

Старіння населення є довгостроковою світовою тенденцією, що у Європі спостерігається вже кілька останніх десятиліть. Тому проблема трудових ресурсів, проблема пенсійного забезпечення гостро стоять перед кожною державою. Саме продовження періоду активного довголіття – один зі шляхів рішення цих проблем. Велике значення тут має фізичне здоров'я людей літнього віку, їхня зацікавленість у продовженні своєї трудової діяльності і зацікавленість держави і суспільства в цьому. В умовах зростаючого дефіциту робочих рук навички будь-якої людини, а тим більше людини з багаторічним досвідом, мають велике значення. Населення і трудовий потенціал країни є її основним стратегічним ресурсом і складовими національного багатства. В країнах ЄС люди живуть довше і довше зберігають своє здоров'я на належному рівні, що дозволяє їм працювати в 65 років і старше. Однак, вікові морфологічні і функціональні зміни в організмі людини суттєво впливають на подальшу виробничу спрямованість і вибір виду діяльності в літньому віці. В країнах ЄС у виробничій сфері продовжує працювати невеликий відсоток тих, кому за 65. Серед них залишаються професіонали, у яких зацікавлений роботодавець. При цьому перед роботодавцем стоїть проблема створення для цих цінних працівників сприятливих умов праці. У пошуках рішення цієї проблеми стосовно до працюючих представників старших вікових груп виступила геронтотехнологія. Саме геронтотехнологія спрямована на адаптацію людей старшого віку в сучасному суспільстві, на створення комфортного середовища для літньої людини. Визначається це поняття як мультидисциплінарний науковий напрямок, метою якого є удосконалення технічних пристроїв і споживчих товарів, розроблених з урахуванням вікових змін організму людини, для створення оптимальних умов життя і роботи, а також полегшення медичного обслуговування людей похилого віку. Поняття «геронтотехнологія» досить широке. З одного боку, геронтотехнологія – це розвиток галузі економіки (т.зв. «срібної економіки»), спрямованої на розробку домашньої техніки з урахуванням потреб літніх людей, людей, що втрачають здатність до

самостійного життя. У даному випадку – це медичні і соціальні послуги для найбільш старших у віковому аспекті категорій населення. Крім того, розвиток «срібної економіки» дозволить створити нові робочі місця. Адже це є перебудова житла з урахуванням потреб людей похилого віку, домашня електроніка, робототехніка, медичні технології, агропромисловий сектор, телекомунікації і багато іншого. З іншого боку, геронтологія – це ергономічний підхід до організації праці людей похилого віку. В умовах старіння працездатного населення масовий вихід на пенсію старих працівників може істотно загальмувати розвиток економіки, тому необхідно переглядати своє відношення до літніх працівників. Старіння є індивідуальним процесом, але цей процес можуть прискорити умови праці, які неадекватні фізичним можливостям людини. Серед широкого кола питань охорони праці, що мають відношення до літніх працівників, особливо важливо звертати увагу на такі особливості трудової діяльності, як застосування м'язової сили, амплітуда руху і положення тіла, гострота зору і слуху. Літнім працівникам важливо протягом дня змінювати положення тіла, робоче місце повинне бути краще освітлене і захищене від шуму, потрібно створювати спеціальні зони відпочинку, де вони могли б відновлювати свої сили. Як показала практика, скорочення старих працівників заради молодих і навпаки – дії безрезультатні. Потрібно створювати суспільство, у якому буде комфортно працювати як молодим, так і старим працівникам. Головним фактором відновлення виробництва і підвищення його ефективності, формування і розвитку інноваційної економіки і економіки знань, є людина, її знання, уміння, досвід, творчі здібності. Людський капітал є самим цінним ресурсом постіндустріального суспільства. У зв'язку з цим застосування геронтології в умовах виробництва разом з методами професійно-трудої реабілітації дозволить комплексно вирішувати проблеми працівників старшого віку і, таким чином, сприяти збереженню і накопиченню людського капіталу. Якщо в молодому і середньому віці взаємна адаптація людини і виробництва відбувається за рахунок безперервного навчання і перенавчання, то в старшому – за рахунок пристосування техніки і технології до знижених фізіологічних можливостей людини. Інноваційна діяльність в цьому напрямку забезпечить стабільну зайнятість для літніх працівників відповідно до їх мотивації і можливостей, що, в остаточному підсумку, істотно підвищить рівень життя населення.

Прудка О.В.,
*державний експерт експертної групи з питань
моніторингу і оцінювання наукової, науково-технічної та
інноваційної діяльності, Директорат науки та інновацій,
Міністерство освіти і науки України*

Таранов І.М.,
*к.е.н., доцент, керівник експертної групи з питань
розвитку інновацій, Директорат науки та інновацій,
Міністерство освіти і науки України*

НОВЕЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРАХ ОСВІТИ І НАУКИ

Стратегія успішного розвитку національних економічних систем провідних держав світу тісно пов'язана з лідерством в освіті, дослідженнях і розробках, появою нових знань, розвитком високо-технологічного виробництва і створенням масових інноваційних продуктів. Розвиток інноваційного потенціалу виступає засобом забезпечення безпеки та суверенітету держави, її конкурентоспроможності у сучасному світі [1].

Конкурентна позиція України є нестійкою, що відображено у деяких світових рейтингах: Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index 2019) – 47 місце; Індекс інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index 2020) – 56 місце; Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index 2019) – 85 місце; Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard 2019) – значення сукупного індексу для України становило 24,7%, а отже, відповідно до методики Україна входить до групи країн «повільні інноватори»; Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index 2019) – 63 місце; Оцінка готовності до майбутнього виробництва (Readiness for the Future of Production Assessment 2018) – 43 місце [2; 3; 4; 5; 6].

На сьогодні можна виділити такі основні проблеми у сфері інноваційної діяльності:

- відсутність ефективної моделі державної підтримки розвитку інновацій та інноваційного бізнесу та вплив висококваліфікованих кадрів у всіх сферах діяльності;
- низький рівень комерціалізації результатів науково-технічних (експериментальних) розробок та трансферу технологій;

- брак знань та навичок для здійснення інноваційної діяльності;
- обмежений доступ до фінансування на ранніх стадіях розвитку інновацій;
- низький рівень взаємозв'язку між бізнесом, закладами вищої освіти та науковими установами [7].

Ключовими досягненнями Міністерства освіти і науки України у царині сприяння та розвитку інноваційної діяльності можна вважати: розроблення «Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року»; здійснення заходів щодо стимулювання винахідників та інноваторів до налагодження комунікації з потенційними інвесторами та пошуку можливостей застосування створених за бюджетні кошти технологій у реальному секторі економіки; підготовка змін до законодавства щодо активізації діяльності наукових парків та удосконалення механізмів трансферу технологій; запровадження фінансової підтримки для інноваторів.

Стратегічні цілі державної політики можна визначити як такі:

1. інноватори мають доступ до фінансових ресурсів для створення та впровадження (комерціалізації) власних розробок;
2. наявна інфраструктура забезпечує сприятливі умови для створення та впровадження (комерціалізації) розробок інноваторами;
3. рівень розвитку людського капіталу та підприємницька культура сприяють створенню та впровадженню (комерціалізації) розробок інноваторами.

Отже, кінцевою метою державної політики в інноваційній діяльності у сферах освіти і науки є забезпечення інноваторам (науковцям, вченим, винахідникам тощо) умов та можливостей для створення та впровадження (комерціалізації) власних розробок.

Список використаних джерел

1. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р.
2. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. – К.: УкрІНТЕІ, 2019. – 82 с.
3. The Global Competitiveness Report 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.

4. Bloomberg Innovation Index. Germany Breaks Korea's Six-Year Streak as Most Innovative Nation. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation>.
5. European Innovation Scoreboard 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/36281>.
6. The Global Innovation Index 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>.
7. Перехідна Книга команди Анни Новосад, 11-го Міністра освіти і науки України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/osnovni-dosyagnennya-ta-podalshi-prioriteti-dlya-mon-komanda-anni-novosad-11-go-ministra-osviti-i-nauki-ukrayini-pidgotuvala-perehidnu-knigu-dlya-novih-ochilnikov>.

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

СУЧАСНІ БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Сучасний потужний технологічний розвиток вплинув на розвиток та принципові зміни у технологіях провадження бізнесу, з метою збільшення прибутковості, бізнес все частіше використовує сучасні технології ведення бізнесу. Бізнес-технології залежать від загального прогресу та технічних нововведень, внаслідок чого з'являються нові механізми функціонування підприємств. Важливе місце в підприємстві зараз займає електронна комерція. Ведення підприємницької діяльності за допомогою засобів електронної торгівлі базується на використанні електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення ділових відносин із створення вартості між суб'єктами економічних відносин.

Одним з найістотніших чинників ефективної конкуренції підприємства є його здатність і результативність упровадження інновацій. Позитивний досвід західних країн свідчить, що інновації – першочерговий фактор досягнення лідерства в будь-якій галузі. Світ швидко переходить на інноваційний шлях розвитку, і тепер місце країни у міжнародному співтоваристві значною мірою визначається станом освіти, обсягом використання досягнень науки і техніки, ефективністю інтеграції усіх бізнес-систем.[1] Велике значення мають в

бізнес-технологіях ІТ-інновації. Успішність і ефективність електронної комерції залежить від ІТ технологій, які використовуються.

Серед усіх сучасних розробок та винаходів для бізнесу, найбільш трендовими та популярними є чат-боти. Вони дозволяють оптимізувати витрати та процеси, та вже сьогодні, за експертною оцінкою, здатні виконувати більш ніж 80% задач, які існують у комунікаціях між компанією та роздрібним клієнтом, чи всередині корпорації. Майже усі завдання, пов'язані з автоматизацією задач можуть бути вирішені за участю чат-ботів. За прогнозами експертів, окрім запровадження ботів стрімко розвиватимуться: віртуальні гаманці, варіативність і швидкість доставки, зростання мобільної комерції, додатки в e-commerce, інтелектуальне ціноутворення за допомогою штучного інтелекту та dropshipping.

Постійний розвиток вже наявних і виправданих бізнес-технологій, їх удосконалення, інтеграцію одна в одну та у бізнес-процеси в цілому, забезпечують досить ефективну підприємницьку діяльність усіх суб'єктів підприємництва. [1] В той же час разом із еволюційним розвитком людства та постійно зростаючим технічним прогресом з'являються все нові й нові бізнес-технології та інструменти, які швидко інтегруються у підприємництво й отримують загальне визнання з боку бізнесових структур і ділових кіл. Такі тенденції роблять позитивний вклад у розвиток підприємництва, глобальних економічних відносин та економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Дудко П. М. Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві [Електронний ресурс] / П. М. Дудко. – Режим доступу до ресурсу: http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiewZWA04DaAhUDkCwKHWSKDeEQFggnMAA&url=http%3A%2F%2Foaji.net%2Fpdf.html%3Fn%3D2017%2F728-1511524999.pdf&usg=AOvVaw1np83wIhnGh_wGuld_jLhC.
2. Пілевич Д. С. Теоретичне підґрунтя розвитку електронного бізнесу / Бізнес Інформ. – № 5. – 2019. – С. 67–72.

П'ятницька Г.Т.,
д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту,
Шевчун М.Б.,
викладач кафедри менеджменту,
Кострова К.А.,
студентка ФЕМП, 1 курс, 7 група КНТЕУ

ПЕРЕВАГИ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОЦЕСІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

На сучасну практику управління підприємствами суттєво впливають різні чинники, вимагаючи постійних інноваційних змін. Стрімкий розвиток інформаційного суспільства, нова індустріальна революція, поява нових цифрових технологій у наш час вимагають від менеджерів пошуку та впровадження інноваційних підходів до управління підприємствами.

Проведені нами дослідження вищезазначених тенденцій у сфері торгівлі [1] дозволили встановити, що, наприклад, у США та інших країнах світу за останні кілька років закрили велику кількість традиційних роздрібних магазинів, яким стало просто важко протистояти інтернет-магазинам у ціновій конкуренції. Зокрема, одним з найбільш яскравих прикладів цифровізації бізнес-процесів та системи управління підприємства торгівлі є організація роботи американського роздрібного гіганта Amazon Go. Для автоматизації процесу оплати та оформлення замовлень Amazon Go використовує поєднання комп'ютерного зору, глибокого навчання та сенсорної технології синтезу.

Варто наголосити, що поширення практики цифровізації в управлінні підприємствами торгівлі чітко простежується і в Україні. Це можна, зокрема, пояснити змінами у поведінці покупців, згідно з результатами досліджень компанії GFK [2], які проводилися у квітні 2019 р. і до участі в яких були залучені 1 тис. Інтернет-користувачів з усієї України. Дані вищеназаних досліджень свідчать, що кожен третій в нашій країні нині купує товари в режимі on-line. Близько 82 % від загальної кількості респондентів минулого року зробили від 5 до 20 покупок в Інтернеті, а ще 17 % – навіть понад 20. Більшість українських онлайн-покупців віддають перевагу безготівковому розрахунку на торговельному майданчику (38 % від загальної кількості респондентів); оплаті готівкою кур'єру (22 %); перерахунку коштів на банківську карту продавця (близько 15 %) або оплаті товару за накладною (12 %).

Не так давно у науковому обігу з'явилося поняття «блокчейн», а на практиці почали застосовувати блокчейн технологію. Зауважимо, що засновником блокчейну є С. Накамото, який розробив цю технологію як

метод обліку віртуальної валюти Bitcoin. Водночас проведений нами аналіз показав, що можна виділити ряд потенційних конкурентних переваг для підприємства при застосуванні блокчейн технології в управлінні його діяльністю та розвитком на ринку. До них доцільно віднести не тільки зменшення трансакційних витрат, але і виділені нами на основі принципів блокчейн технології такі переваги, як:

- підвищення ефективності контролю за власними діями та діями партнерів в процесі управління (особливо коли йдеться про взаємодію постачальника та виробника або продавця);

- покращання якості комунікацій в процесі управління;

- можливість перманентного відстеження змін і повний доступ до інформації про них у ході імплементації різного роду управлінських рішень;

- зменшення втрат та зниження рівня ризику підробок і шахрайства;

- можливість реалізувати зручні для підприємства моделі взаємодії з різними стейкхолдерами.

Вважаємо, що блокчейн технологію в управлінні підприємством доцільно визначати, як технологію розподіленої бази даних, яка зберігає записи цифрової інформації про товар чи послугу за принципами прозорості, безпеки, рівного доступу та працює без контролю центрального органу, що дозволяє організувати фінансові транзакції по всьому світу без єдиного центру, розробити систему постачання практично будь-якого типу, створити швидку і надійну систему укладання контрактів між покупцем або отримувачем послуги та її постачальником або продавцем тощо.

Отже, в умовах цифровізації економіки відбуваються достатньо радикальні інноваційні зміни в управлінні підприємствами. Нові прогресивні технології (у т.ч. блокчейн), що сприяють покращанню організації комунікацій, контролю і т.п. в процесі управління, можуть надавати стійкі конкурентні переваги підприємствам на ринку.

Список використаних джерел

1. П'ятницька Г.Т. Розвиток торгівлі в умовах цифровізації / Г.Т. П'ятницька, М.Б. Шевчун, К.А. Кострова // Вісник ВІЕМ. – 2019. – № 25. – С. 176–186.
2. 17 % українських онлайн-покупців здійснюють більше 20 покупок на рік: інсайти e-commerce ринку 2019: дослідження Growth from Knowledge company: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/news/online-shopping-2019/>.

Raksha N.,
PhD in Economics
Adjunct Professor of Business Management
Key West University

BUSINESS MODELS FOR THE INNOVATIVE COMPANIES

Strategy has been the primary building block of competitiveness over the past three decades, but in the future, the quest for sustainable advantage may well begin with the business model. The economic slowdown in the developed world is forcing companies to modify their business models or create new ones. In addition, the rise of new technology-based and low-cost rivals is threatening incumbents, reshaping industries, and redistributing profits. Indeed, the ways by which companies create and capture value through their business models is undergoing a radical transformation worldwide. Although it is difficult to predict exactly what innovations the future holds regarding business, we catalog possible emerging business models. These are concentrated in several groups. The first has the premise that anything that does not create value for the consumer should be removed. The second group is «platforms» business models that serve two or more markets simultaneously. A third group is the «global business» opening up to rapid international growth.

Technological change and its related developments allow for far-reaching innovation in business models. The companies of the future will surprise us with original business models. In this new world, opportunities are on the rise. It is by definition impossible to predict what will take us by surprise or what will prove innovative.

The first strongly rising trend in business models for the innovative companies might be dubbed «cost obsession.» The idea is to get rid of frills and make use of economies of scale, scope, utilization, experience and other factors for the benefit of consumers. Anything that does not create value for the consumer is stripped out.

The second innovative trend to us is business model category that is powerfully on the rise is the «platform.» This term refers to a business model that supports two or more markets at the same time. A conventional market attracts buyers by providing a venue that supports the presence of sellers, and attracts sellers by the promise of the presence of buyers, all for a specific domain of goods or services. Modern technology, however, removes barriers of time (accessible 24 hours a day) and place (accessible

from almost anywhere). Platforms spring up in increasing numbers and compete with one another. One fascinating feature of inter-platform competition is that each platform seeks to achieve network externalities leading to a «winner takes all» outcome. Another feature is that competitors put a lot of effort into raising the costs for the weaker party to switch platforms in a bid to keep members captive.

A third category of business model is the «global business» that opens up to the world in a brief lapse of time. International growth was crucial to achieving economies of scale and attaining the mass that would enable the firm to develop and manage its production and logistics efficiently. Swift globalization was key factor.

The last one business model for the innovative companies could be presented as «seeking excellence.» These companies focus on innovation, surprise their customers with new features, and satisfy needs which weren't even there when the product comes out.

Summing up, innovative business model that is capable of rising to future challenges in an uncertain and connected high digital density environment requires the talent of an entrepreneur. This means the executive of the future must be good at design and strategically shrewd, and also a talented venture.

In this, we referred early on to technological change and the disruptive influence of emerging information and communication technologies. Significant though they are, however, these technologies are merely a medium of support. We must focus on the overarching business model: throughout the business transformation leading to the company of the future, the business model is the driving force. While making use of new technologies, in the awareness of the changes they entail and the swift developments they are still to bring, our real goal is to reinvent business models.

References

1. This concept was coined in the paper by E. Káganer, J. Zamora, and S. Sieber, «The Digital Mind-Set: 5 Skills Every Leader Needs to Succeed in the Digital World», IESE Insight, issue 18, 3rd quarter, 2013.
2. R. Casadesus-Masanell and J.E. Ricart: «Competing Through Business Models (A). Business Model Essentials,» Harvard Business School, note 708452 (2018);

3. R. Casadesus-Masanell and J.E. Ricart: «Competing Through Business Models (B). Competitive Strategy vs. Business Models,» Harvard Business School, note 708475 (2018);
4. R. Casadesus-Masanell and J.E. Ricart: «Competing Through Business Models (C). Interdependence, Tactical & Strategic Interaction», Harvard Business School, note 708476 (2018);
5. J.E. Ricart, «Strategy in the 21st Century: Business Models in Action,» IESE Technical Note SMN-685-E, 2018.

Расулова А.М.,
к.е.н., доц., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ,
Притула Т.В.,
студент 1 курсу 1 групи КНТЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Закупівля сировини для будь-якого закладу ресторанного господарства є першочерговим завданням, адже неможливо приготувати страви, не маючи в наявності необхідних харчових продуктів високої якості необхідної кількості у визначений термін. Дефіцит сировини призводить до зменшення асортименту страв меню, неспроможності задовольнити запити споживачів. Надлишок сировини на виробництві призводить до матеріальних втрат, адже харчові продукти мають обмежений термін та певні умови зберігання. Крім того, необхідно постійно вирішувати такі завдання, як вибір постачальників, налагодження логістики, забезпечення страхових запасів. Моделювання бізнес-процесу планування закупівель є актуальним завданням для суб'єктів ресторанного бізнесу.

Функціональна модель системи планування закупівель розроблена з використанням CASE-засобу All Fusion Process Modeler [1]. В основі моделювання бізнес-процесу лежить методологія IDEF0, у якій функція «Планування закупівель для ресторану» знаходиться на рівні A0.

Дана модель має трирівневу архітектуру упорядкованих і взаємопов'язаних діаграм, які відображують існуючий порядок бізнес-процесів і має статус «AS-IS» – «як є» (рис. 1 а).

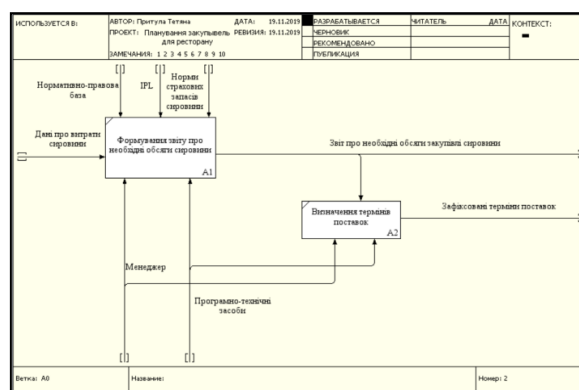
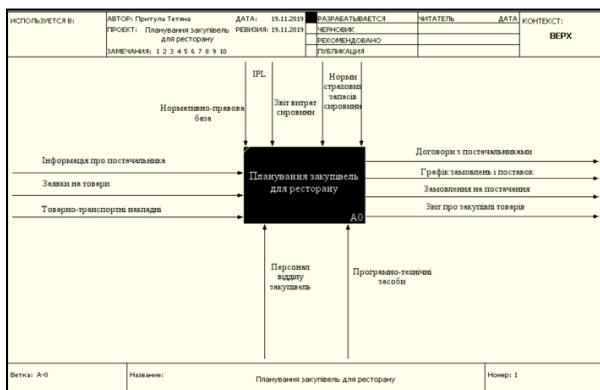


Рис. 1. Визначення потреб у сировині на плановий період

а) модель «AS-IS»

б) модель «TO-BE»

Процес планування закупівель керується нормативно-правовою базою підприємства, документом IPL (Identified Products List – ідентифікований список продуктів для виконання виробничої програми), звітом про витрати сировини і нормами страхових запасів сировини. Вхідною інформацією виступають заявки на товари від ресторанів і товарно-транспортні накладні, а також інформація про постачальників.

На виході маємо замовлення на поставку сировини, договори з постачальниками, графік замовлень і поставок, а також звіт про закупівлі товарів суб'єктів ресторанного бізнесу.

За результатами аналізу моделі встановлено, що процес планування закупівель умовно розділений на три етапи: вибір постачальників і укладення договорів з ними, підготовка і розміщення, а також контроль їх виконання.

Дані вимоги можуть бути якісно реалізовані за рахунок реінжинірингу бізнес-процесів, результати якого відображені на діаграмі декомпозиції функціональної моделі статусу «TO-BE» («як повинно бути») (рис. 1 б). При цьому забезпечується формування звіту про необхідні обсяги закупівель і визначенні термінів поставок продукції на плановий період. Такий звіт буде виконувати відразу дві функції: контроль доцільності замовлення сировини та визначення необхідних обсягів закупівлі сировини на плановий період для пошуку і взаємодії з новими постачальниками.

Для раціонального використання часу на обробку заявок і виключення невідповідностей запропоновано створення форми замовлення на поставку засобами IPL-документу з метою автоматизованого вибору можливих продуктів та їх постачальників.

Запропоновані заходи моделювання бізнес-процесів закупівель призведуть до послаблення впливу людського фактора на формування замовлень продукції та посилення контролю процесів планування. Це забезпечить суб'єкт ресторанного бізнесу надійними і своєчасними поставками якісної сировини для виробництва продукції і задовольнить смаки та потреби найвибагливіших споживачів.

Список використаних джерел

1. Маклаков С.В. Моделювання бізнес-процесорів з АП Fusion Process Modeler – 2007.
2. Расулова А.М. Логістичне управління підприємствами ресторанного господарства // Інвестиції: практика та досвід, №16, 2015. С. 74–79.
3. Sanjay Mohapatra Business Process Reengineering: Automation Decision Points in Process Reengineering. – 2012.

Рязанцева В.В.,
к.ф.-м.н., доцент КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

В умовах зростання вагомості людського капіталу як основного чинника економічного розвитку вища освіта стає найважливішим засобом формування нової генерації висококваліфікованих кадрів. В Україні накопичені серйозні диспропорції, пов'язані з неузгодженістю змісту вищої освіти з потребами ринку праці, що зумовлює загострення низки проблем, таких як: низький рівень економічної активності та високий рівень безробіття серед осіб з вищою освітою; структурні дисбаланси на ринку праці; невідповідність якості підготовки фахівців потребам роботодавців; деформалізація соціально-трудових відносин.

Без взаємопов'язаності освіти та ринку праці неможливо забезпечити продуктивну зайнятість та підготувати компетентного, конкурентоспроможного, затребуваного економікою спеціаліста [1].

Сучасні українські освітні заклади не готують вдосталь фахівців із навичками, які затребувані бізнесом. Система освіти є джерелом пропозиції кваліфікованої праці на ринку, але відсутність ефективної системи адаптації структури підготовки кадрів до потреб ринку

поглиблює структурні диспропорції в цій сфері. Показники рівнів зайнятості за освітою свідчать про те, що роботодавці віддають перевагу особам з вищою освітою. Але, окрім формального сигналу щодо фахових компетенцій у вигляді диплому, роботодавець враховує наявність у претендентів на робоче місце «м'яких» навичок (soft skills), якими вважаються неспеціалізовані, міжпрофесійні навички, які дозволяють фахівцю адаптуватись до нових умов, виконувати нестандартні завдання, змінювати сферу зайнятості [2].

За результатами аналізу професійних умінь в Україні, вітчизняні фахівці відзначають значний попит на розвинуті когнітивні уміння, що дають можливість працівникам здійснювати аналіз та вирішувати проблеми, раціонально розподіляти свій час, розвиватись і опановувати нові методи роботи та ефективно спілкуватись. До того ж користуються попитом працівники, які демонструють самоорганізацію, стійкість, прагнення до навчання та командної роботи. Суттєвою вимогою роботодавців до випускників ЗВО є комплекс підприємницьких та комунікативних навичок. При цьому поточний рівень навичок випускників ЗВО вони оцінили як середній. Перспективні дослідження найбільш популярних навичок у 2030 р. в Україні показали, що основними вимогами до випускників ЗВО будуть емоційний інтелект, вміння працювати в команді, когнітивні навички, критичне та стратегічне мислення [3].

Позиція представників бізнесу щодо необхідності набуття зазначених навичок випускниками ЗВО збігається з переконаннями молодих спеціалістів. Більшість із них відзначають необхідність активізації дій, спрямованих на посилення співпраці бізнесу з начальними закладами у частині максимальної адаптації навчальних програм до потреб бізнесу.

Професійно-кваліфікаційні диспропорції вітчизняної соціально-трудової сфери поглиблюються деформалізацією соціально-трудових відносин. Зазвичай неформально зайняте населення, у тому числі й із вищою освітою, працює не за фахом, у найпростіших професіях. Основними причинами неформальної зайнятості є недосконалість організаційно-управлінських та регулятивних механізмів ринку праці та сфери зайнятості та розбалансованість ринку праці та освітніх послуг, унаслідок чого посилюються перекося в кількісно-якісній структурі ринку праці та невідповідність рівня кваліфікації працівників потребам роботодавців. Така зайнятість обмежує можливість реалізації більшості соціальних прав; підвищує ризик нестабільної зайнятості та неотримання постійного доходу; призводить до втрати професійно-кваліфікаційних знань та навичок; гальмує процеси

ефективної реалізації освітнього та інтелектуального потенціалу робочої сили.

Причинами дисбалансів є інформаційна невизначеність перспектив ринку праці у професійному розрізі, зниження вимог до абітурієнтів при вступі до закладів вищої освіти, відсутність дієвих моніторингів її якості, у результаті чого вища освіта у певній мірі втрачає функцію інструменту інвестування у людський капітал та підвищення індивідуальної конкурентоспроможності [1].

Список використаних джерел

1. Яценко Л. Д. Проблеми неузгодженості вищої освіти та ринку праці в Україні. Аналітична записка Серія «Соціальна політика», № 14, 2020
2. The Future of Jobs. Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution /World Economic Forum, 2016. Режим доступу: [www3.weforum.org > docs > WEF_Future_of_Jobs](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs)
3. А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна Навички для України 2030: Погляд бізнесу / За ред. Саприкіної М.А. – К.: Видавництво «ЮСТОН», 2016. – 36 с.

Силкіна Ю.О.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту КНТЕУ

ІНКЛЮЗИВНІ ІННОВАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Стрімка глобалізація економічних процесів об'єктивно зумовлює необхідність вивчення проблем формування та розвитку інклюзивних інновацій у контексті соціальної відповідальності бізнесу у взаємозв'язку з необхідністю підвищення інноваційного розвитку, мета якого – не тільки зростання прибутковості підприємств, а й передусім набуття ними соціальної відповідальності перед суспільством, що становить основу стабільного економічного розвитку будь-якої сучасної держави.

Добробут суспільства є ключовим постулатом економічної політики розвинутих країн. На це спрямована освіта, інфраструктура, інвестиційна підтримка та соціальний захист. Звичайно, рівень їх реалізації залежить від багатьох факторів, зокрема від здатності економічних інститутів використовувати потенціал ринків, заохо-

чувати технологічні інновації, інвестувати в людський капітал, мобілізувати досвід і знання значної кількості людей та створювати сприятливі умови для розвитку людського ресурсу – факторів, які є необхідними умовами інклюзивного розвитку.

Голова Державної митної служби, раніше перший заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі України, М.Є. Нефьодов зазначає, «що включення всіх членів суспільства в економічне життя країни сприятиме генеруванню нових ідей та ефективних підходів до вирішення економічних проблем та формування сприятливого бізнес-клімату в країні» [1].

Його думку поділяє український вчений А.В. Базилюк, відмічаючи, що «інклюзія полягає у адаптації системи до потреб людини. У ній всі зацікавлені сторони повинні брати активну участь для отримання позитивного результату при рівних можливостях. У рамках інклюзивної моделі люди адаптуються, змінюються, вразовуючи і задовольняючи потреби кожного члена суспільства» [2, с. 20].

Світовий банк (World Bank) визначає інклюзивне зростання як «зростання швидкими темпами, стале, широко поширене по всім секторам економіки, що залучає значну частину трудових ресурсів країни і характеризується рівністю можливостей в доступі до ринку праці і ресурсів». Головний акцент у даному визначенні робиться на продуктивній зайнятості для всіх груп працездатного населення, як важливої умови зниження рівня бідності, більше, ніж на розподілі доходів [3]. При цьому варто відмітити тенденцію до поступової заміни індустріального суспільства на інтелектуальне, що спричиняє значне вивільнення робочої сили. Малі та середні підприємства складають основу успішної економіки розвинутих країн. За умови створення оптимальних умов функціонування вони внесли б значний вклад у забезпечення рівня зайнятості населення та підвищення рівня ВВП України.

Враховуючи інклюзивну спрямованість розвитку, на зміну традиційному сприйняттю підприємництва, як виду діяльності, що спрямована виключно на отримання прибутку, в Україні має прийти нова культура, спрямована на формування соціальної відповідальності. Саме соціально відповідальний бізнес може стати тією рушійною силою, яка дозволить вирішити широке коло соціальних проблем, що залишились поза увагою державних інституцій чи крупних бізнес-установ, являючись при цьому виключно добровільною ініціативою.

Серед основних рис соціальної відповідальності бізнесу можна виділити: відповідальність перед споживачами, працівниками, контактними групами, дотримання екологічних стандартів, етичність

конкурентної боротьби, ініціювання або участь у соціальних проєктах. З метою досягнення основних завдань інклюзивного розвитку шляхом розвитку соціальної відповідальності бізнесу необхідним є ініціювання кардинальних перетворень в багатьох сферах та створення сприятливих умов для розвитку соціального партнерства між державними організаціями, бізнесом і некомерційним сектором.

Список використаних джерел

1. Національна конференція «Інклюзивний розвиток бізнесу» [Електронний ресурс]//Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). – Режим доступу: <http://pleddg.org.ua/ua/2017/nacionalnakonferenciya-inklyuzivni/>
2. Базиліук А.В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс] / А.В. Базиліук, О.В. Жулин // Економіка та управління на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 19–29. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2015_1_5.
3. Development Goals in an Era of Demographic Change. Global Monitoring Report 2015/16 [Електронний ресурс] // The World Bank. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/en/publication/global-monitoring-report>.

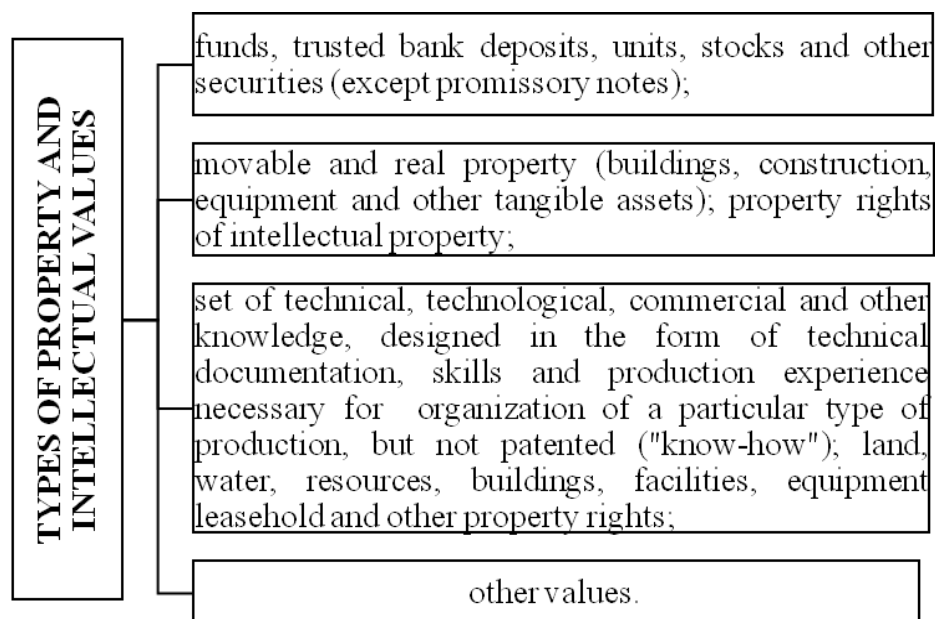
Skyba M.V.,

*PhD in Public Administration, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Public Administration of KNTEU*

THE CURRENT SITUATION OF CAPITAL INVESTMENT

Fixed capital is constantly in need of renewal, not only because of physical deterioration (loss of productive properties), which is manifested in damage, failure, destruction, but also due to moral deterioration, which depreciates or terminates their use of labor (occurrence as a result of scientific and technological revolution more productive means). Given the regularity (consistent pattern) of capital allocation in a market economy (based on maximization profit), the state should supplement market instruments by setting out a flow management function that is important and uses part of it for extended capital reproduction. Studying the regulatory framework in the field of investment activity, made clear that «investments» in accordance with the Law of Ukraine «On Investment Activity» are all types of property and intellectual values that are invested

in objects of entrepreneurial and other types of activity, as a result of which profit (income) is created and / or social and environmental impact is gained [1].



Pic. 1. Types of property and intellectual values [1]

Investments aimed at the creation (acquisition), reconstruction, technical re-equipment of fixed assets, the expected useful economic life which exceeds one year, are made in the form of capital investments.

The analysis of the main indicators characterizing the state, structure, sources of capital investments shows that for the state of capital investments in Ukraine during 2015-2019 was characteristic: the growth of the total volume of capital investments in Ukraine in absolute measurement in 2019 was against the background of slowing growth rate volume of capital investments in both fixed and intangible assets. In the structure of capital investments by type of assets, in 2019, the share of investments in tangible assets increased significantly (up to 96,4%). In the general structure of capital investments in fixed assets, the share of investments in machinery, equipment and inventory is predominant, while the share of investments in land, as well as in long-term biological assets of crops and animal husbandry, in the general structure of capital investments in tangible assets is too small (not more than 1%). The volume of investments to vehicles decreased. There was an absolute decrease in volume of investment in intangible assets in 2019, following its record growth in 2018. The share of investments in intangible assets decreased in comparison with the previous year to 3,6% in total volume of capital investments (in 2018 – 6,7%). Significant decrease was observed in the volume of investments in commercial designation rights, industrial

property rights, copyright and related rights, patents, licenses, concessions etc. The volume of investment in software and databases was also decreased. The share of own funds of enterprises and institutions (more than 2/3 of the total) dominates in the capital investment structure by the sources of financing. The growth rate of capital investment from municipal budgets accelerated. Instead, the growth rate of capital investment from the state budget continued to decline. The growth rate of capital investments, which came in the form of bank loans and other loans, also decreased. A significant acceleration in the growth rate of capital investment, which came in the form of bank loans and other loans in previous years, was due to the reaction of the financial markets to the rapid fluctuations in the NBU discount rate. In 2019, the amount of public funds for housing showed a decrease. However, capital investments from other sources of financing increased. Consequently, the synergy of financial sources will allow the economy to be upgraded. The state should create a favorable investment climate and form an appropriate institutional environment to attract investors to the economy, improving the functioning of electronic services, which will allow simplify business conditions.

References

1. Law of Ukraine «About Investment Activity». – Access mode: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
2. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. – Access mode: www.ukrstat.gov.ua

Соколовська В.В.,

к.е.н., доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ БІЗНЕС: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

Соціально орієнтований бізнес, як феномен сучасної економіки, виник під впливом різних факторів. По-перше, таким фактором є тенденція відходу від традиційної благодійності на користь соціально відповідального інвестування. Пов'язано це з природним бажанням інвестора отримати прибуток від своїх вкладень, а також з можливою відсутністю прозорості в звітах про використання коштів благодійними фондами [1]. По-друге, розумінням бізнес-структурами всіх вигод від соціальних вкладень і ведення соціальної підприємницької діяльності. До позитивних моментів відноситься підвищення репу-

тації, визнання успіхів на соціальному терені від державних і громадських структур. По-третє, усвідомлення підприємцями своїх достатньо широких можливостей в справі вирішення соціальних проблем. Підприємці є найбільш активна частина громадянського суспільства, мають ресурсами і можливість їх залучення для своїх цілей.

Однією з умов формування соціально орієнтованого бізнесу як явища в сучасній економіці, можна назвати сприятливе зовнішнє середовище. Соціальні підприємці відкривають нові ринки праці, залучають трудові ресурси категорій людей з обмеженою працездатністю (дана умова характерна як для вітчизняного, так і для зарубіжного соціального підприємництва).

Практика європейських країн доводить важливість наявності сприятливого зовнішнього середовища для успішної реалізації соціальних бізнес-ідей. Однією з основних тенденцій розвитку соціального бізнесу в розвинених країнах є масштабна підтримки даного сектора виконавчими і законодавчими органами влади [2]. Уряди країн Заходу усвідомлюють всю повноту і важливість вирішення соціальних проблем. Але також для них стає очевидними складність вирішення таких проблем за державний рахунок. На найвищому рівні влади в таких країнах визнається необхідність розробки систем державно-приватного партнерства, метою яких буде своєрідний розподіл відповідальності за гідне соціальне забезпечення громадян.

При цьому можна відзначити три основні тенденції: по-перше, законодавче закріплення особливого статусу соціально орієнтованої підприємницької діяльності та активна державна підтримка; по-друге, вибір соціально орієнтованих підприємств в якості постачальників соціальних послуг населенню; по-третє, розвиток соціально відповідального інвестування в різних формах.

Саме бізнес, володіючи необхідними фінансовими ресурсами, мобільністю в їх використанні, можливістю залучення даних ресурсів та інноваційністю підприємницьких підходів [3], може вирішувати гострі соціальні проблеми в суспільстві. Приклад країн Західної Європи наочно показує, чого може домогтися приватний сектор. Без сумніву, мова йде не про підміну функцій держави в питаннях соціального забезпечення громадян. Але сучасна ситуація характеризується тим, що держава самотійно не може забезпечити соціальними благами всіх, хто потребує. Корпоративний сектор, при належній підтримці з боку державної влади, здатний виконувати ряд соціальних завдань. По суті, соціальний бізнес являє собою новий щабель розвитку державно-приватного партнерства.

Основоположним критерієм співробітництва в даному випадку буде досягнення показників соціальної ефективності в тій чи іншій області. Вигоду від такої кооперації отримують всі зацікавлені сторони. Держава зможе розділити частину відповідальності за соціальне забезпечення з бізнесом. Бізнес, в свою чергу, отримає доступ до нових сегментів ринку, істотну підтримку держави, можливість реалізувати свою соціальну місію. Для суспільства плюси будуть полягати в розширенні спектра соціальних послуг і в кінцевому підсумку до зростання добробуту і соціальної стійкості.

Список використаних джерел

1. Доброва Н. В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2015. № 59. С. 112–118.
2. Махначова Н. М. Роль соціального партнерства в громаді в умовах децентралізації. *Ефективна економіка*. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6404>
3. Семенюк І.Ю. Зовнішньоекономічні аспекти активізації і формування соціальної політики. Розділ монографії. Забезпечення соціального захисту населення в контексті активізації євроінтеграційних процесів : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В.М. Нижника. Хмельницький: ХНУ, 2017. С. 343–364

Сокольська Т.В.,

*професор, завідувач кафедри публічного управління,
адміністрування та міжнародної економіки*

Поліщук С.П.,

*доцент кафедри публічного управління, адміністрування
та міжнародної економіки
Білоцерківського національного аграрного університету*

ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ЕКОСИСТЕМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Виклики зовнішнього середовища, спричинені глобалізаційними процесами, мають прямий вплив на формування національної інноваційної політики країни та її регіональних інноваційних напрямів. Україна, реалізуючи на практиці напрями євроінтеграції, не зможе досягнути провідної ролі на міжнародній арені без інноваційного розвитку регіонів. Досвід європейських країн показує, що інновації є

джерелом розвитку, але лише за умови їх активного й ефективного використання, а також наявності сприятливого середовища для їхнього впровадження (інноваційних екосистем).

На сьогоднішньому етапі формування інституційного механізму регіонального розвитку з врахуванням вимог креативної економіки найбільш продуктивною вважається модель регіональної інноваційної екосистеми (РІЕС), що складається з таких основних компонентів: креативного ресурсу, інноваційної ідеї, інноваційного підприємницького досвіду, джерел фінансування й інноваційної мережі, що поєднує їх в єдине ціле й сприяє здійсненню трансферу знань та технологій. РІЕС – це комплекс економічних відносин, що виникають між різними інституціональними одиницями регіону на горизонтальному рівні в процесі реалізації інноваційної діяльності, а також методи державного (регіонального) регулювання даними відносинами [1].

Саме державна політика має бути направлена на забезпечення умов використання та відкриття нових можливостей через надання ресурсів, розвитку освіти, інфраструктури, що дасть можливість створення збалансованої інноваційної екосистеми за рахунок саме територіальних інвестицій конкретних регіональних стратегій розвитку. Американський науковець Чарльз В. Весснер стверджував, що перетворення наукового знання на інновацію вимагає об'єднання зусиль різних учасників інноваційного процесу (університетів, приватних підприємств, фондів тощо), тобто інновації створюються колективно і саме кооперація забезпечує створення знань, а також їх трансформацію в інновації.

В усьому світі держава бере активну участь у формуванні екосистеми. Можна відзначити кілька великих ініціатив: у Фінляндії розробленням і впровадженням екосистемного підходу займаються державна Дослідницька інноваційна рада й агентство TEKES, а у Швеції – Шведське урядове агентство з питань інноваційних систем VINNOVA. У багатьох національних економіках (США, Канада, Великобританія, Південна Корея, Ізраїль, Китай, Австралія й ін.) формуються регіональні інноваційні екосистеми, що розраховані на досягнення інноваційних ефектів світового рівня [2].

Суттєвим кроком для України є підписання Угоди про асоціацію з ЄС, де статті 374-377 глави 9 визначають підтримку інноваційного розвитку економіки країни за рахунок концентрації наукового потенціалу на впровадження інструментів підтримки формування національної та регіональних інноваційних екосистем, які дозволять переорієнтувати економіку з сировинної на інноваційну.

Тому цей процес має відбуватись в поєднанні «наука – бізнес – державне управління», який забезпечує органічну співпрацю і взаємовплив цих сторін у процесі створення та ефективного використання інновацій. Це прослідковується на прикладі ЄС, де має місце багаторівнева кооперація у сфері досліджень і розробок.

Для України у напрямі завдань підвищення конкурентоспроможності інноваційної сфери на регіональному рівні це відіграє принципову роль, оскільки саме на основі економічної інтеграції в ЄС зумовлено нову якість розвитку науки, коли за рахунок транс-кордонного руху інновацій і наукових кадрів забезпечуються можливості розширення науково-технологічної кооперації на рівні корпорацій, що істотно впливає на зростання конкурентоспроможності економік країн-членів ЄС [3].

Таким чином, створення сприятливих умов для розвитку інноваційної діяльності є пріоритетним завданням для України, адже це забезпечить підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Тому першочергово, владним структурам необхідно удосконалити заходи щодо посилення інноваційної складової національної Стратегії економічного зростання з урахуванням досвіду Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Федулова Л.І. Напрями розвитку регіональних інноваційних екосистем в Україні. URL: file:///D:/%D0%97%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8/ape_2016_7_28.pdf
2. Лановська Г.І. Інноваційна екосистема: сутність та принципи. Економіка і суспільство. Випуск № 11. 2017. С. 257-262 URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/43.pdf
3. Давимука С. А., Федулова Л. І. Регіональні інноваційні екосистеми: напрями розбудови в умовах європейської інтеграції: Монографія. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2016. 464 с. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20160701.pdf>

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах економічної нестабільності та посилення впливу зовнішнього середовища на внутрішні економічні та фінансові процеси вітчизняних підприємств торгівлі, підприємствам необхідно здійснювати пошук інноваційних методів та інструментів для своєчасного реагування на інтенсивні зміни. Стратегічне управління покликане розширити горизонти передбачення, створити можливості своєчасної реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища на ринках товарів, послуг і технологій, в науково-технічній, соціальній і політичній сферах [1, с. 363].

З метою дослідження сучасного стану застосування стратегій управління в цілому та стратегічного управління оборотним активами на практиці вітчизняних підприємств торгівлі, було проведено анкетне опитування вибірки підприємств торгівлі України. До генеральної сукупності формування вибірки було віднесено підприємства за КВЕД 45-47, 22 регіонів України, не включаючи тимчасово окуповані області та АР Крим, які ведуть активну господарську діяльність протягом останніх 5 років. В результаті, загальний обсяг вибірки склав 65 підприємств торгівлі України.

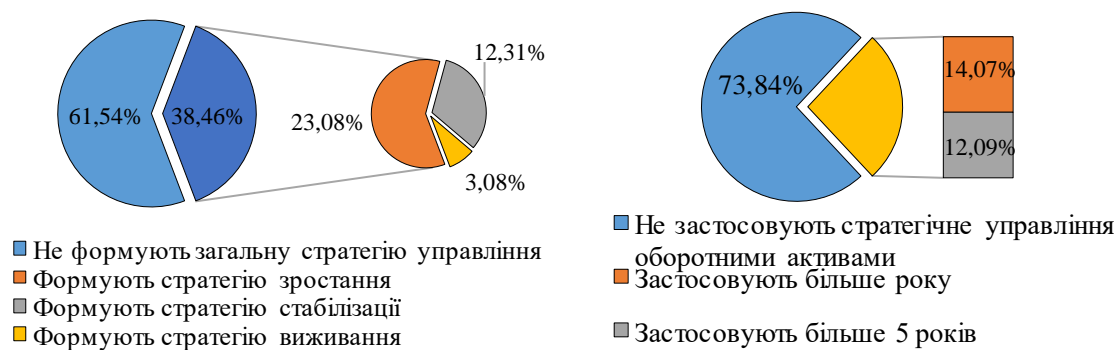


Рис. 1. Структура вибірки підприємств торгівлі залежно від застосування стратегій управління, %

Джерело: сформовано автором за результатами анкетного опитування вибірки підприємств торгівлі України.

За результатами опитування (рис. 1) визначено, що формування загальної стратегії здійснюють лише 38,36% вибірки вітчизняних підприємств торгівлі, більшість з них формує стратегію зростання. Щодо застосування стратегічного управління оборотними активами, то частка таких підприємств ще менша та становить 26,16% усіх підприємств вибірки, серед яких більшість великих та середніх підприємств торгівлі.

Ефективність застосування стратегічного управління на підприємствах та в процесі управління їх оборотними активами підтверджується низкою наукових розробок [2, 3]. Проте впровадження їх на практиці вітчизняних підприємств торгівлі на сьогоднішній день є досить низьким. В даному контексті доцільно ідентифікувати основні проблеми впровадження даного сучасного інструменту управління на практиці підприємств торгівлі (рис. 2).

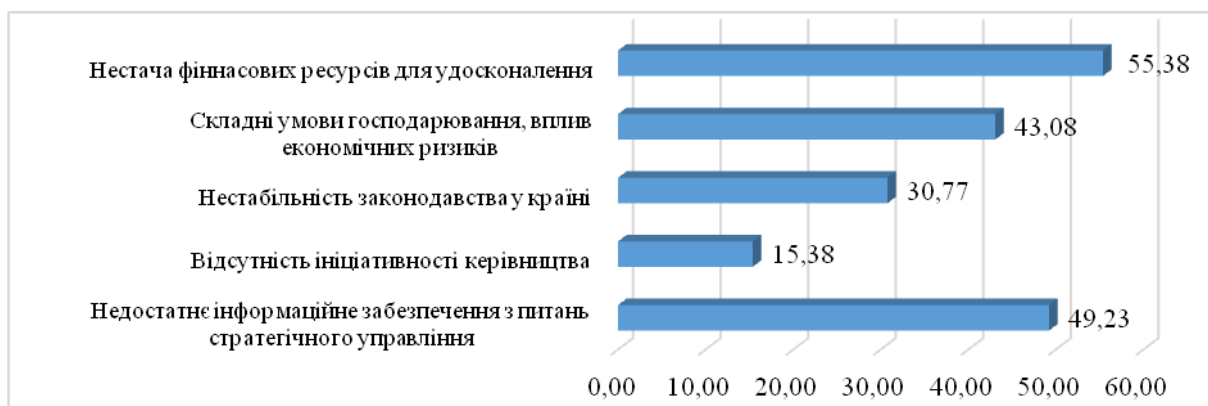


Рис. 2. Основні перешкоди впровадження стратегічного управління оборотними активами вибірки підприємств торгівлі України, %

Джерело: сформовано автором за результатами анкетного опитування вибірки підприємств торгівлі України.

Аналіз результатів анкетного опитування показав, що на сьогоднішній день більшість підприємств торгівлі України (55,38 %) стикаються з фінансовими складнощами, що перешкоджають впровадженню стратегічного управління, у 43,8 % проблема впровадження стратегічного управління оборотними активами полягає в нестачі інформаційної обізнаності працівників та керівництва стосовно особливостей застосування стратегічного управління. 15,38% підприємств не впроваджують стратегічне управління оборотними активами через відсутність ініціативності керівництва, що перешкоджає розвитку таких підприємств.

Список використаних джерел

1. Чухлата Ж.Г. Особливості стратегічного управління підприємством в сучасних умовах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 362–367.
2. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення: монографія / Мікловда В.П., Брітченко І.Г., Кубіній Н.Ю., Дідович Ю.О. Полтава : ПУЕТ, 2013. 218 с.
3. Стратійчук В.М. Стратегічне управління оборотними активами підприємств торгівлі. *Вісник КНТЕУ*. 2019. №5. С. 59-74.

Сундук Т.Ф.,
асистент кафедри банківської справи КНТЕУ

СУЧАСНЕ ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ БАНКУ

На сучасному етапі розвитку банківського бізнесу особлива увага приділяється головними тенденціями сьогодення, а саме: зростання ролі й частки інноваційних технологій, збільшення обсягу і різноманітності банківських продуктів та послуг, створенням нових сегментів ринку обслуговування клієнтів.

Значна кількість вітчизняних банків переходить на дистанційне обслуговування своїх клієнтів. Більшість банківських операцій виконуються за їх межами через Інтернет.

Перехід до дистанційної форми обумовлений наступними причинами:

- змінами рівня життя населення країни;
- впровадженням новітніх інформаційних технологій;
- автоматизація банківських транзакцій.

Немало важне значення мають такі фактори, як зростання конкуренції, часовий чинник, розвиток комунікаційних коштів.

Зазначимо, що дистанційне обслуговування має значні переваги: швидкість, легкість проведення банківської операції, ясність наданих результатів, отримання інформації без візиту до банку. Проте така форма обслуговування має й слабкі сторони. Дистанційна система обслуговування не дає можливість працівникам банку мати особистий контакт зі своїми клієнтами.

На сьогодні деякі банки планують в межах дистанційного обслуговування впровадити безпосередній візуальний зв'язок зі своїми клієнтами. Це буде здійснюватись за допомогою відеотерміналів, які в подальшому замінять звичайні банкомати.

З підвищенням пристрасі населення до Інтернету та мобільних мереж активно використовується, як вид дистанційного обслуговування, інтернет-банкінг. Ця система дозволяє при наявності доступу до Інтернету у будь-який час здійснювати різні банківські операції: перевірити стан рахунку, поповнити рахунок телефону, перевести гроші на іншу карту, отримувати кредити тощо [1, с. 99]. Операції здійснюються онлайн, в особистому кабінеті на сайті банку або в додатку для смартфона. При цьому клієнти, що користуються інтернет-банкінгом, набагато більше здійснюють банківських операцій. Це пов'язано з довірою до інтернет-банкінгу і розумінням того, що система значно спрощує життя не тільки клієнтам, а й банкам. Має наступні переваги: економія часу (не потрібно відвідувати відділення банку), відсутність особистої участі власника рахунку в онлайн-платежі (можна не виходячи з дому оплатити рахунки); цілодобовий контроль за рахунком.

Клієнти банків все більше цінують зручність доступу до банківських послуг в будь-якому місці в будь-який момент користуючись мобільним банкінгом, близько 23%. Мобільний банкінг забезпечує клієнтам усі можливості інтернет-банкінгу, але доступ до особистого рахунку і банківських операцій здійснюється зі смартфона або планшета через мережу оператора мобільного зв'язку [2]. Банки розробляють зручні для клієнтів мобільні додатки.

Інтернет-банкінг і мобільний банкінг можуть забезпечити доступ до всіх банківських послуг, що в перспективі може зовсім витіснити традиційне обслуговування у відділеннях банків, а розширення покриття мережі Інтернет і мереж стільникового зв'язку. Нові технології дистанційного обслуговування не вимагають від клієнта придбання нового додаткового спеціалізованого обладнання і пристроїв. Через це в багатьох країнах світу останнім часом спостерігається зменшення кількості відділень банків [2].

Отже, загальними рисами наведених технологій є можливість надання банківських послуг за межами традиційного відділення банку шляхом самообслуговування за допомогою різних каналів комунікацій між клієнтом і банком, відсутня необхідність спілкування з працівниками банку, усунення обмежень, характерних для обслуговування у відділенні банку, а саме час і швидкість обслуговування, прив'язка до місця обслуговування.

Список використаних джерел

1. Кузьменко О.В. Тенденції розвитку сучасних банківських технологій // О.В. Кузьменко / Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2019. – № 24(2). С. 98-102.
2. Vijayaragavan T. Modern Banking Services – A key Tool for Banking Sector. *International Journal of Commerce, Business and Management*. 2019. Vol. 3, № 4. P. 589–594.

Супрун С.Д.,

к.е.н., доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні підприємства самостійно вирішувати проблеми свого інноваційного розвитку, а тому значно зростає роль ефективного управління інноваційними процесами. Вибір теми наукового дослідження обумовлений пошуком підходів до активізації інноваційних процесів підприємства, відбору та реалізації найбільш ефективних інноваційно-інвестиційних проектів. Це дозволить забезпечити подальший розвиток підприємства та прийняти відповідні управлінські рішення щодо реалізації інновацій. Опрацювання літературних джерел [1-4] свідчить про наступне. Застосування методів оцінки інноваційних проектів передбачає множинність використовуваних прогнозних оцінок та розрахунків. Така множинність визначається як можливість застосування цілого ряду критеріїв, так і доцільністю варіювання основними параметрами. Відомі наступні дисконтні методи оцінки ефективності проектів: чистий приведений ефект (NPV); індекс рентабельності інвестицій (PI); внутрішня норма прибутку (IRR); модифікована внутрішня норма прибутку (MIRR); дисконтний термін окупності інвестицій (DPP), кожен з яких має свої особливості застосування. Проте, мова піде лише про один достатньо важливий метод – метод NPV (чистий приведений ефект).

Так, метод NPV на думку авторів [1, 2] дозволяє отримати узагальнену характеристику результату інвестування в інноваційний проект. Існують різні тлумачення даного методу, зокрема є думка фахівців, що величина NPV показує, наскільки інвестиційні вкладення в інноваційний проект нижчі від його ринкової вартості, Окремі

науковці вважають, що в основі методу NPV покладено слідування основній цілі підприємства, а саме – підвищення ринкової вартості підприємства. Враховуючи дану основну цільову установку підприємства, можна дати економічну інтерпретацію критерію NPV, суть якої полягає у наступному: якщо $NPV = 0$, то у випадку прийняття проекту цінність підприємства не зміниться, добробут власників залишиться на тому самому рівні; якщо $NPV > 0$, то у випадку прийняття проекту цінність підприємства і, відповідно, добробут власників збільшиться [2].

Варто з'ясувати і деяку некоректність даного методу. Так, основний недолік методу NPV полягає у тому, що її розрахунок вимагає детального прогнозу грошових потоків на період життя проекту. Часто робиться припущення про постійність ставки дисконту. Зазначено, що при застосуванні методу NPV виникають наступні труднощі: складно визначити NPV у проектах, до яких входять дрібніші проекти; при порівнянні проектів різної тривалості за NPV необхідне використання спеціальних процедур приведення строків до порівнюваного періоду. Також, до недоліків показника NPV слід віднести і ту обставину, що він не показує точної прибутковості проекту і є складним для тих підприємств, які звикли приймати управлінські рішення по величині віддачі на одиницю інвестованого капіталу. Тому, додатково до показника, що характеризує абсолютну величину результату, який досягається, застосовують також показники ефективності реалізації проекту – відношення результату до необхідних для його досягнення затрат (це такі методи, як індекс прибутковості; термін окупності, внутрішня норма доходності).

Таким чином, основний зміст правил роботи з критерієм чистої теперішньої вартості, полягає у наступному: проекти приймаються тільки тоді, коли NPV більше нуля; за наявності бюджетних обмежень обирається такий проект, який максимізує NPV; при виборі взаємовиключних проектів за умов відсутності бюджетних обмежень обирається проект з максимальною NPV. Також варто відмітити, що вибір проектів за NPV правильний настільки, наскільки правильно обрано ставку дисконту.

Список використаних джерел

1. Горобець О.А. Методи оцінки ефективності запровадження інновацій на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 2. Т. 1. С. 124–127.

2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. К: ИТЕМ ЛТД, 2003. С. 94–112.
3. Євтушенко С.В. Шляхи вдосконалення оцінки ефективності інновацій на підприємстві. *Вчені записки Університету «Крок»*. 2008. № 18. С. 56-65.
4. Лисак В.Ю., Олійник О.С. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства: методичні підходи. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 1(06). С. 51-55.

Устілова М.О.,
3 курс, 11 група ФРГТБ КНТЕУ,
Компанець К.А.,
науковий керівник, к.е.н., доц. КНТЕУ

ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В РЕСТОРАННІЙ ЗАЛУЗІ

На сьогоднішній день для закладів ресторанного господарства в Україні суттєвою проблемою є висока енергоємність технологічних процесів, що впливає на конкурентоспроможність.

Важливість контролю за енерговитратами на підприємстві, вплив енергоспоживання на зовнішнє середовище, світовий досвід в енергозбереженні, а також доцільність використання новітнього технологічного обладнання відобразили у своїх працях в працях Запашук Л. В., Сурменеляна О. Р., Ряшко Г., Крусір Г., Новічкова Т., Харенко Д. А. [1–4] та ін.

Сьогодні, для того, щоб забезпечити високу конкурентоспроможність, а також високу ефективність виробництва, закладу ресторанного господарства необхідно підійти до проблеми енергоефективності з боку енергетичного менеджменту. Для цього проводиться енергоаудит, що включає в себе стратегію дослідження і аналізу можливих напрямків в енергозбереженні. Було встановлено, що серед різних типів обладнання максимальну кількість енергії споживає саме технологічне обладнання для обробки продуктів харчування [2]. Це означає, що для скорочення енерговитрат на обробку продуктів необхідно внести певні зміни щодо технологій приготування страв, експлуатації та критеріїв вибору такого обладнання для підприємства. Не менш важливо на етапі проектування передбачити впровадження сучасних елементів в конструкцію будівлі такі як: монітори

вуглекислого газу, теплоізоляція та систему витяжок. Забезпечення також ефективної роботи холодильного обладнання та встановлення системи освітлення з низьковольтними лампами та датчиками руху може значно зменшити енергомідкість підприємства [5]. Результатами від впровадження заходів щодо енергозбереження є значна економія, що забезпечує зростання конкурентоспроможності підприємства; збільшення продуктивності праці через удосконалення виробничих процесів; скорочення шкідливих викидів у навколишнє середовище, через що покращується загальний екологічний стан [1].

Висновки: Для того, щоб сучасний заклад ресторанного господарства залишався конкурентоспроможним, підприємство має бути націлене на використання високотехнологічного обладнання та проведення енергоаудитів задля досягнення найбільшого енергозбереження.

Список використаних джерел

1. Запашук Л. В. Енергозбереження як напрям підвищення ефективності виробничої діяльності / Л. В. Запашук // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 432.
2. Ряшко, Г., Крусір, Г., Новічкова, Т. Аналіз енергозберігаючих технологій в ресторанному господарстві / Г. Ряшко, Г. Крусір, Т. Новічкова // Scientific Works, – 2017. – С. 18.
3. Сурменелян О. Р. Світовий досвід управління енергозбереженням / О. Р. Сурменелян // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 2. – С. 96–108.
4. Харенко Д. А. Енергомоніторинг підприємств ресторанного і гостинничного комплексу / Д. А. Харенко // Scientific Works, – 2017. – Вип. 47, Т. 2. – С. 222–227.
5. Червінська О. О., Ковальський В. П. Енергоефективні рішення в закладах ресторанного господарства / О. О. Червінська, В. П. Ковальський; Вінн. нац. техн. ун-т. – Вінниця, 2019. – с. 3.

ІНКЛЮЗИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ

Сьогодні досить актуальним є питання інклюзивних інновацій та технологій, включення цих стандартів у соціальну культуру підприємства, організації, держави.

Створення пізнаваності бренду є лише частиною стратегічного управління брендом, головний акцент зроблено на створення узгодженості бренду для споживчої аудиторії, впровадження та проведення інклюзивних кампаній.

Фахівці програми онлайн-курсів по цифровому маркетингу (Yeshiva University) стверджують про необхідність застосування інклюзивних технологій та впровадження їх у маркетингову діяльність з подальшою орієнтацією на різноплановість споживчої аудиторії та важливість цих аспектів для самого споживача [1]. Нове покоління сьогодні обирає соціально-відповідальні бренди, що демонструють інклюзивність перед конкурентами. І для створення сильних конкурентоспроможних позицій бренди повинні реагувати на зміни.

Так в Україні, на основі масштабного дослідження було створено бренд онлайн-сервісу державних послуг «Дія», розроблено функціональний дизайн для спрощення навігації по сайту й користування послугами, налагоджено зворотний зв'язок, впроваджено інклюзивний шрифт для людей з вадами зору [2].

З іншого боку, інклюзивні інновації можуть розглядатися під кутом залучення ізольованих осіб до процесу управління брендом та використання їх можливостей. На сьогодні, залучення повинно торкатися максимально можливого числа груп та різних верст населення з чіткою мотивацією [3]. Інклюзивна інтеграція створює нові можливості, нові відношення, формує нові елементи системи інновацій. Яркими представниками є бренди Mountain Dew (охолоджуючі напої), Doritos (чіпси), Camper (взуття), Gymbox (фітнес клуб).

Сьогодні на основі досліджень компанії Cloverpop можна бачити як інклюзивні стратегічні рішення підвищують ефективність роботи міжнародних компаній (досліджено 566 бізнес-рішень, прийнято 184 різними командами в бізнес структурі, 50 % ефективніші саме з долученням інклюзивних інновацій) [4].

В цілому, в самій системі управління брендом застосовується система аналізу контексту інклюзивних інновацій (ІСАФ) розроблена як інтегрована теоретична структура, що об'єднує структурні елементи, описує бажані характеристики інклюзивних інновацій, процес інклюзивних інновацій, контекст інклюзивних інновацій, а також організаційні можливості і стратегії. Остаточна версія ІСАФ досягається після того, як почнеться інтеграція теоретичних основ і облік відгуків експертів та практиків у сфері інклюзивних інновацій.

Завдяки аналізу інклюзивного прийняття рішення компанія може боротися з груповим мисленням, підвищувати ефективність бізнесу, створювати довгострокові конкурентні переваги.

Список використаних джерел

1. Innovationmanagement. – Електронний ресурс. – режим доступу: <https://innovationmanagement.se/2019/10/17/why-every-business-needs-female-marketers-to-steer-an-inclusive-strategy/>.
2. Дія – дизайн система. – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://diia.fedoriv.com/>
3. A. Sen (2010) The Idea of Justice Pinguin. Books
4. Cloverpop-Research-Reveals-How-Inclusive-Decision-Making-Increases. – Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.globenewswire.com/news-release/2017/09/19/1310901/0/en/>

Федулова І.В.,
д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту КНТЕУ

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В РОЗВИТКУ НАУКИ

Сучасний стан науково-дослідної сфери України обумовлений довгостроковим негативним впливом загальноекономічних проблем, пов'язаних зі структурною деформованістю економіки країни, домінуванням в ній низькотехнологічних галузей і укладів, виробництв продукції з низьким рівнем доданої вартості, які об'єктивно малосприйнятливі до сучасних наукових досягнень [1].

Основними негативними чинниками, які унеможливають розвиток наукової сфери України, є такі [2]:

– низька частка витрат на науку від ВВП;

- низькі показники витрат на науку із розрахунку на одного науковця;
- низька частка дослідників у структурі зайнятого населення;
- критично низький рівень оплати праці науковців бюджетних установ та їх неповною занятістю;
- здебільшого застарілий парк аналітичного і експериментального обладнання в наукових установах країни;
- історично та адміністративно сформовані диспропорції між різними напрямками досліджень;
- різке збільшенням впливу українських учених до інших країн, різке зменшення частки молодих дослідників, тривале зниження престижу та соціального статусу вітчизняного науковця;
- розмивання вимог (особливо в останні роки) до дисертаційних робіт та присудження наукових ступенів та звань, поширенням плагиату та моральної і професійної корупції, яка пронизує процедури присудження наукових ступенів та звань за деякими науковими спеціалізаціями.

Про відсутність державної політики в науково-технічній сфері, свідчать статистичні дані. Так, якщо в 2014 році наукові дослідження і науково-технічні (експериментальні) розробки здійснювали 999 організацій, то в 2018-му – 950. Частка виконавців у науково-технічній сфері (дослідників, техніків та допоміжного персоналу) в загальній кількості зайнятого населення в 2018 році становила 0,54% (в т.ч. дослідників – 0,35%). Хоча ці цифри не включають науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти, але від того сума істотно не зміниться. Для порівняння: за даними Євростату, ця частка найвища в Данії (3,18%), Фінляндії (3%), Великобританії (2,29%), Нідерландах (2,28%); найнижча – в Румунії (0,54%), Кіпрі (0,87%), Болгарії (1,09%) і Польщі (1,08%) [2].

Негативною виглядає і тенденція скорочення чисельності працівників, задіяних в дослідженнях: в 2015-му році – 122504, а в 2018-м – 88 128 осіб. Показовим є також те, що понад чверть дослідників – у віці 60 років і старше [2].

Критично низькою залишається наукоємність валового внутрішнього продукту України. У 2018-му цей показник становив 0,47% ВВП (у 2017-му – 0,45%, в 2016-м – 0,48%, в 2015-му – 0,47%) [2].

Таким чином освіта і наука залишаються майже повністю відстороненими від процесу формування інноваційної економіки. Гострота і складність цієї проблеми потребують системних стратегічних рішень.

Взаємозв'язок науки та інноваційної економіки відбувається і на державному рівні. За державою закріплюється функція фінансування фундаментальної науки і економічне забезпечення НДДКР. Дана державна діяльність повинна приймати нові форми у відповідь на мінливі потреби суспільства. Також роль держави в створенні інноваційної економіки досить різноманітна, крім фінансового забезпечення науки і освіти, це ще й забезпечення законодавчої бази в області інновацій, їх впровадження і комерціалізації.

Рівень інноваційної активності повністю визначається інноваційною стратегією держави, а саме її параметрами, а інноваційний процес при цьому виступає як процес, який втягує різні елементи суспільної системи як за рівнем, так і за складом.

Державі необхідно стимулювати інноваційну активність шляхом певних пільг для наукових установ, підприємств, що перетворюють наукові розробки в сучасні технології, венчурного капіталу.

Ступень узгодженості параметрів інноваційної стратегії залежить від ступеня інтеграції цих елементів в інноваційному процесі та ефективності його реалізації.

Список використаних джерел

1. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>.
2. Інформаційно-аналітичні матеріали до питань порядку засідання Національної ради з питань розвитку науки і технологій, 5 листопада 2019 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.univer.kharkov.ua/ua/general/univer_today/news?news_id=9277

Фреюк О.В.,

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СВІТІ

Глобалізованість світової торгівлі та фактори прискорення оформлення купівлі-продажу, скорочення часу на просування товару спонукають логістичну діяльність до швидкого інноваційного розвитку.

Безпілотні вантажівки. Одним із трендів в логістичній діяльності є використання автономних транспортних засобів – тобто вантажівки без водія випробування яких буде відбуватись протягом 2020 року.

UPS Ventures інвестувала в автономну компанію по виробництву автомобілів TuSimple. Обидві компанії проводять випробування безпілотних самоскидів в США, щоб визначити, чи можуть ці автомобілі поліпшити обслуговування і ефективність в мережі UPS. Це означає, що UPS та TuSimple приєднуються до таких компаній, як Daimler, Tesla, Starsky Robotics, Einride і Embark, які ставлять перед собою мету домогтися того, щоб вантажівки доставляли товар без допомоги людей [1]. Це має назву Truck platooning.

Стандарти даних в сфері контейнерних перевезень. Традиційно дані в сфері логістики завжди були повністю розрізнені. Компанії зберігають дані в будь-якому зручному для них місці і в зручній для них програмі, що призводить до фрагментованою екосистеми, неефективну роботу і ускладнює оцифровку операцій.

Одна з найбільших тенденцій в області логістичних технологій в 2020 році, яку ми визначили, вказує на те, що дані в сховищах більше не будуть підходити для компаній, які хочуть йти в ногу з мінливим часом. Таким чином нові стандарти даних нарешті створюються в сфері контейнерних перевезень, завдяки появі Асоціації цифрових контейнерних перевезень (DCSA) в 2019 році. Місія DCSA полягає в тому, щоб створити загальні стандарти інформаційних технологій для оцифровки і взаємодії, щоб зробити сектор доставки більш ефективний як для клієнтів, так і для судноплавних ліній. [1]

Фото місця доставки. Для складання маршруту в точку доставки необхідний її адресу. Але нерідко трапляється, що точка доставки за вказаною адресою вдає із себе невеликий магазин в торговому центрі, або малу архітектурну форму серед безлічі собі подібних, або взагалі місце на ринку. Тому пошук подібних «секретних» адрес займає чимало часу, особливо у нових експедиторів. Мурашина логістика значно полегшує пошук подібних точок завдяки можливості робити, зберігати і відображати їх фотографії. Кур'єр, прибувши за адресою, відкриває фотоальбом, в якому він бачить, як виглядає потрібна точка на фото, а якщо потрібно, то і проходить до неї.[2]

Автономні логістичні центри. Стартап Outrider (раніше Azevtec), що спеціалізується на створенні автономних логістичних центрів, вийшов з тіні, оголосивши суму інвестицій, отриманих від фондів NEA і 8VC. Вона становить 53 мільйони доларів

Головне завдання і місія Outrider – автоматизація всіх аспектів роботи складів, в тому числі переміщення причепів по території, зчіпка і відчеплення вантажних платформ, підключення і відключення гальмівних магістралей, а також управління розташуванням причепа. Основна мета розподільних складів Outrider – забезпечити швидке переміщення напівпричепів з вантажем в просторі між самим складом і дорогами загального користування [3].

Отже, в 2020 році логістичні оператори та фахівці логістичної діяльності компаній будуть робити акцент на швидкість, стандартизованість та автоматизацію своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Савчук К. ТОП-10 інновацій, які змінять логістику в 2020 році [Електронний ресурс] / К. Савчук. – 2020. – Режим доступу: <https://elnews.com.ua/uk/top-10-innovacij-yaki-zminyat-logistyku-v-2020-roczii/>.
2. Фото точки – як доповнення до адресою [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу: <https://blog.ant-logistics.com/2020/01/blog-post.html?fbclid=IwAR3jYueDY7mAYz9xCTg3aqSROjhnIKqeSKxvtVXDmB6DDp83kTTyRRQBLyM>.
3. Семенчук О. Стартап outrider автоматизує логістичні центри [Електронний ресурс] / О. Семенчук. – 2020. – Режим доступу: <https://www.everest.ua/ai-platform/ai-business/startap-outrider-avtomatizuije-logistichni-centri/>.

Харсун Л.Г.,
*к.е.н., доцент кафедри торговельного підприємництва
та логістики КНТЕУ*

ПЕРЕДУМОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХОЛОДОВИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ

Холодові ланцюги постачання (ХЛП), логістичні процеси в межах яких зосереджені на організації матеріальних потоків чутливих до температурних режимів товарів, в більшій мірі зорієнтовані на інноваційність управлінських, техніко-технологічних та економічних підходів до їх функціонування. Зважаючи на той факт, що ключовою ознакою швидкопсувних товарів є обмеженість термінів придатності і чутливість до ризиків пошкодження внаслідок неналежних температурних коливань, інноваційні рішення в ХЛП спрямовані, насамперед, на забезпечення параметрів швидкості і надійності їх функціонування.

Скорочення часу доставки температурних вантажів часто досягається за допомогою інноваційних рішень при виборі виду транспорту та типу транспортного засобу, логістичної інфраструктури, інформаційного забезпечення логістичних процесів та засобів контролю за ними. Наприклад, лише завдяки покращенню доріг та організації інтермодального сполучення вздовж узбережжя Африки

стало можливим скоротити час доставки продуктів харчування на європейські ринки з 10 до 4 днів [1].

З метою забезпечення схоронності вантажів управління ХЛП передбачає застосування цілої сукупності інноваційних технічних засобів і обладнання, які умовно поділяють на три групи: активне (холодильні та морозильні камери, рефрижераторні транспортні засоби), пасивне (термоконтейнери, сумки-холодильники, холодоелементи (сухий лід (dry ice), гелеві пакети (gel packs), евтектичні плити (eutectic plates), рідкий азот) та контрольне обладнання [2]. Спеціального технічного оснащення потребують складські комплекси, які облаштовують холодильним обладнанням, технологіями підтримання та контролю рівня температури, вологості та освітлення. За допомогою різних технологій пакування, контрольованого дозрівання (біотехнологій), транспортування й зберігання можна безпосередньо впливати на життєвий цикл товарів і доходи, що генеруються від їх продажу. Рефконтейнери, наприклад, можуть збільшити життєвий цикл охолодженого м'яса майже на 25 днів (з 30-35 до 55-60) і, відповідно, ринковий потенціал самого продукту [1]. З огляду на необхідність забезпечення і контролю безперервності й оперативності процесів в ХЛП, вкрай актуальними стають технології й технологічні рішення моніторингу та документування температурних режимів (сенсорні датчики, GPS та ін.).

Інноваційність ХЛП часто означає складність і високі витрати логістичного управління, що спричиняє поглиблення спеціалізації в сегменті холодної логістики, потребу у вищому рівні професійності кадрів, вищий рівень логістичної складової у ціні швидкопсувних товарів, тощо. Так, наприклад, за словами представника торговельної мережі Varus на 1 кг швидкопсувної продукції приходиться біля 1,6 грн логістичних витрат.

В Україні управління ХЛП характеризується низьким рівнем інноваційності, про що свідчить стан інфраструктури (нестача холодних складів), транспортних засобів та інших технічних засобів і обладнання з обробки швидкопсувних товаропотоків. Недостатньо розвиненим є і сегмент професійної холодної логістики – лише невелика кількість 3PL операторів пропонують інноваційні рішення для ХЛП. Таким чином, нагальним для ринку України, особливо зважаючи на позитивну динаміку внутрішньої та зовнішньої торгівлі швидкопсувними, зокрема продовольчими, товарами, є впровадження стратегічних програм з оптимізації ХЛП, спрямованих на зниження логістичних витрат, зокрема за рахунок використання інноваційних технологій та управлінських підходів.

Список використаних джерел

1. Dr. Jean-Paul Rodrigue. The logistics of global food systems. / Dr. Jean-Paul Rodrigue – Режим доступу: https://www.transportgeography.org/?page_id=12791
2. Крикавський Є.В., Наконечна Т.В. Від холодної логістики до ланцюгів холодних поставок. / Є.В. Крикавський, Т.В. Наконечна // Lviv Politechnic National University Institutional Repository – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>

Хлоп'як С.В.,

к.е.н., доцент кафедри туризму та рекреації КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ТУРИЗМІ

Важливою передумовою ефективного управління туристичною та рекреаційною діяльністю на макро- і мікрорівнях у теперішній час постає розробка та використання галузевих геоінформаційних систем.

У широкому розумінні геоінформаційна система (ГІС) являє собою багатофункціональну систему збору, зберігання, аналізу та графічної візуалізації просторових (географічних) даних, а також пов'язаної з ними інформації про визначені об'єкти. Першою ГІС прийнято вважати створену у 1962 році Аланом Томлінсоном Канадську географічну інформаційну систему.

Для планування туристичної діяльності та управління територіальними туристично-рекреаційними комплексами, як правило, використовуються стандартні модулі геоінформаційних систем, хоча максимальний ефект від їх застосування досягається на основі розробки додаткових програмно-апаратних рішень, зокрема багатоцільових довідково-пошукових механізмів спеціального призначення. Створювані у такий спосіб туристичні ГІС можуть будуватися у вигляді незалежних взаємодіючих підсистем за кожним видом природних ресурсів (типом природокористування) або за видами діяльності з обов'язковим забезпеченням несуперечливої взаємодії між різними модулями у комплексній побудові регіонального ГІС-проекту.

Орієнтовані на туризм і рекреацію ГІС мають широкий набір операційних функцій, серед яких найпоширенішими є: картографічне відображення об'єктів, маршрутів та регіонів; переміщення по карті та зміна її масштабу; підключення та відключення тематичних шарів даних; виконання просторових і атрибутивних запитів; надання

детальної довідкової інформації по обраним об'єктам; відображення космічних знімків; друк фрагментів карти; вимірювання відстаней; можливість пошуку тощо.

Однією з найбільш розповсюджених прикладних інноваційних розробок, виконаних на основі ГІС та мультимедіа-технологій, стало створення спочатку повнофункціональних користувацьких атласів автомобільних доріг, а згодом – картографічних онлайн-сервісів для планування та організації туристичних подорожей – MapQuest, Google Maps, Apple Maps, OpenStreetMap, Wikimapia та ін. Окрім елементарних довідок про місцезнаходження доріг різного статусу та об'єктів туристичної інфраструктури (закладів готельного та ресторанного господарства, музеїв, театрів, автозаправних станцій, банкоматів тощо), у таких сервісах активно використовується інтеграція з навігаційними системами, що дозволяє з-поміж іншого знайти оптимальний шлях до заданого кінцевого пункту або відобразити на електронній карті траєкторію переміщення туриста.

Привабливість ГІС для організаторів туристичного бізнесу виявляється у можливості оперативно та узгоджено з партнерами проектувати маршрути подорожей, визначати логістику періодичних або одноразових візитів до природних та антропогенних об'єктів, знаходити місця екологічно безпечних стоянок та ділянки для проведення спортивних змагань, квестів, зльотів, розміщення таборів, дотримуватися норм відвідуваності у заповідниках, гарантувати безпеку туристів.

Органи державної влади в галузі туризму використовують ГІС-проекти при вирішенні таких завдань як територіальне планування туристично-рекреаційного господарства; інвентаризація природних та соціально-економічних ресурсів розвитку туризму; моніторинг стану навколишнього середовища (біотичні компоненти) та з'ясування масштабів і причин його трансформації в результаті туристичної діяльності; виявлення та аналіз сегментів попиту у в'їзному туризмі; розробка стратегічних програм управління туристичними ресурсами, об'єктами і територіями у короткостроковій та тривалій перспективі; інформаційна підтримка регіональних проектів стійкого розвитку. У багатьох містах, районах та інших адміністративно-територіальних утвореннях країн Європи та Північної Америки ГІС давно відіграють визначальну роль у плануванні процесів туристичного та рекреаційного природокористування.

Перспективними напрямками впровадження геоінформаційних систем і технологій у вітчизняній сфері туризму найближчим часом мають стати:

– детальне картографування та постійне оновлення даних по історико-культурним та рекреаційним ресурсам;

- інтерактивне територіальне планування сезонної діяльності для різних суб'єктів туристичного ринку;
- створення регіональних довідкових інформаційних систем та баз даних;
- організація віртуальних подорожей та електронних сервісів покрокового планування самодіяльних туристичних мандрівок.

Цибульов П.М.

д.т.н., професор НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ УНІВЕРСИТЕТУ: ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ

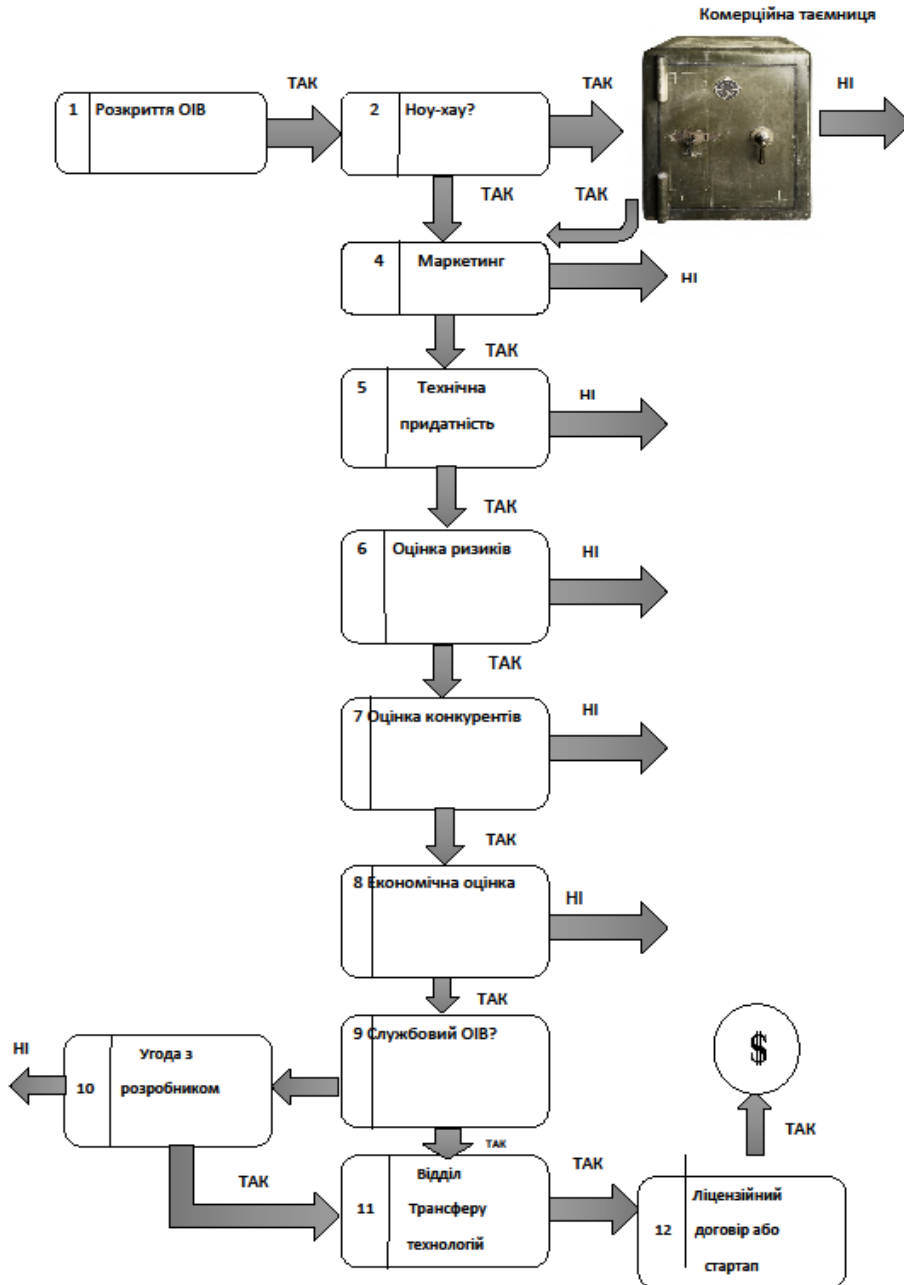
Понад 50% винаходів і корисних моделей України створюється в університетах, але тільки кілька відсотків з них вводяться в господарський оборот, що свідчить про низьку ефективність наукових досліджень. Цьому є декілька внутрішніх і зовнішніх причин. Серед них – орієнтація не на кінцевий результат, тобто на комерціалізацію створених об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), а на формальні показники, зокрема на кількість отриманих патентів. Відсутність єдиної політики університетів відносно інтелектуальної власності, а також ефективної системи управління нею. Недостатня мотивація творців на створення ОІВ. Не сприяє підвищенню ефективності наукових досліджень оцінка їх результатів МОНОм через кількість отриманих патентів. Серйозну загрозу для винахідницької активності несе Постанова КМУ від 12 червня № 496, згідно якої платежі за набуття та підтримання чинності прав на винаходи і корисні моделі зросли, в середньому, від трьох до десяти разів тощо.

Зовнішні та внутрішні загрози знижують ефективність наукових досліджень в університетах, зменшують кількість комерціалізованих ОІВ і, як наслідок, збільшують кількість іноземних об'єктів інтелектуальної власності, які використовують вітчизняні підприємства, що в перспективі може привести до згортання науки в університетах.

З метою підвищення результативності наукової роботи в НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» була удосконалена система управління інтелектуальною власністю. Перш за все, була прийнята Політика університету у сфері інтелектуальної власності на основі Положення про політику університетів і наукових установ, розробленою ВОІВ. В основу Політики були покладені наступні принципи. Кожний працівник чи студент університету, який створив ОІВ, зобов'язаний повідомити про це університет шляхом заповнення розміщеної на сайті університету електронної анкети. Відділ трансферу технологій

аналізує комерційну привабливість ОІВ по схемі, що представлена нижче, і приймає рішення відносно набуття прав на нього а також подальшої комерціалізації. Метою комерціалізації є ліцензійний договір або стартап. Розбудована чітка схема управління інтелектуальною власністю: проректор з наукової роботи – керівник департаменту інновацій і трансферу технологій – керівники відділів інновацій і трансферу технологій – робоча група з питань інтелектуальної власності, що є дорадчим органом при проректорі.

Алгоритм відбору ОІВ для комерціалізації



Одна з проблем, яку повинні вирішити університети найближчим часом – мотивація науковців на створення ОІВ, зокрема, шляхом

справедливого розподілу роялті від використання їх інтелектуальної власності.

Для збільшення внеску університетів у розвиток національної інноваційної системи, необхідно удосконалити систему управління інтелектуальною власністю університетів, зробивши акцент на комерціалізації ОІВ шляхом укладенням ліцензійних договорів та створення стартапів.

Цимбал І.М., Дадіані Т.З.,
студентки 3 курсу ІІ групи

факультету міжнародної торгівлі та права КНТЕУ

Сенченко Л.В.,

*науковий керівник, к.ю.н., доцент кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права КНТЕУ*

ПАТЕНТНИЙ ТРОЛІНГ ЯК НЕГАТИВНЕ ЯВИЩЕ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ

У сьогодишніх реаліях України все частіше трапляються випадки зловживання з боку суб'єктів господарської діяльності правами інтелектуальної власності, що використовуються виключно як засіб для шантажу, здириництва, недобросовісної конкуренції та інших неправомірних дій.

На жаль, проблема «патентного тролінгу» є досить актуальною адже, користуючись прогалинами у законодавстві, деякі особи одержують патенти на давно відомі дизайн чи технології, що негативно впливає на економічні перспективи держави.

Патент – це документ, виданий автору на винахід, корисну модель чи промисловий зразок, що відповідає умовам патентоспроможності і підтверджує авторство, пріоритет і право власності на зазначені об'єкти. Патент надає його власнику виключне право використовувати винахід (корисну модель) на власний розсуд, якщо таке використання не порушує прав інших власників патентів. Таким чином, власник патенту може певний час на території дії патенту одноосібно користуватись результатом своєї інтелектуальної діяльності та дозволяти або забороняти таке використання іншим.

Однією з умов одержання патенту є світова новизна винаходу. Однак за законодавством десятків країн (включаючи українське), заявник має право одержати патент на корисну модель чи промисловий зразок без перевірки на відповідність критерію новизни – патент надається під відповідальність заявника. Це означає, що

наново винайти та запатентувати можна будь-що. І саме в таких випадках часто зустрічається поняття «патентний тролінг».

Цей термін виник у США. «Патентний троль» – не є винахідником чи дизайнером, це особа, що одержує патент на добре відому технологію або дизайн з метою вимагати від представників бізнесу плату за використання патенту (роялті) під загрозою заборони імпорту та іншого використання відповідних товарів. В Україні лише протягом кількох останніх років «патентні тролі» одержували та вносили до митного реєстру патенти на гаджети, вішалки для одягу, ковбасні вироби, колби та пробки для фармацевтичної продукції тощо. [1, с. 73–74]

«Патентні тролі», як правило, переслідують представників малого та середнього бізнесу, адже їм набагато важче відстоювати свої права в суді. Внаслідок цього невеликі компанії зазнають значних збитків та, відповідно, змушені обмежувати вкладення інвестицій в інновації чи взагалі припиняти бізнес. У результаті цього порушується конкуренція на ринку, сповільнюється технологічний розвиток та страждають інтереси споживачів.

Засоби протиправної діяльності «патентних тролів» досить різноманітні. Найбільш поширеними серед них є наступні: а) зловмисне використання «територіального принципу» охорони об'єктів права інтелектуальної власності («патентний троль», знаючи про бажання певної іноземної особи освоювати вітчизняний ринок, намагається отримати правову охорону на ще незахищені об'єкти права інтелектуальної власності іноземної особи, користуючись спрощеними системами набуття права інтелектуальної власності, такими як деклараційний патент на корисну модель або патент на промисловий зразок, для якого теж передбачена лише експертиза за формальними ознаками); б) «ловля на живця» («патентний троль» намовляє самостійно або через третіх осіб виробника вчинити певні дії, які порушуватимуть права інтелектуальної власності, що належать «патентному троллю») тощо. [2, с. 260–261]

Отже, ми вважаємо, що необхідно терміново вжити заходів мінімізації негативного впливу «патентного тролінгу», тому пропонуємо на законодавчому рівні механізми врегулювання, а саме:

– гарантування фактичного науково-технічного підходу в системі експертизи промислових зразків та інших об'єктів інтелектуальної власності, щоб запобігти випадкам отримання патенту на загальновідомі зразки, які не мають ознак унікальності чи новизни;

– після проходження заявкою на патент стадії експертизи здійснювати її електронну публікацію, що дасть змогу особам протягом двох місяців надати заперечення проти реєстрації прав на

заявлений зразок у випадку фактів невідповідності критеріям правової охорони;

– нормативне закріплення механізму притягнення до кримінальної чи адміністративної відповідальності недобросовісних патентонабувачів, якщо у встановленому порядку буде обґрунтований факт протиправності отримання патенту.

Список використаних джерел

1. Шишка Р.Б. Протидія патентному тролінгу в Україні. *Часопис цивілістики*. 2016. С. 73–74.
2. Черниш Р.Ф., Назарчук Б.Ю. «Патентний тролінг» як передумова до загострення суспільно-політичної ситуації в державі та формування негативного іміджу України на міжнародній арені. *Часопис Київського університету права*. 2016. С. 260–263.
3. Савчук В.Б. Знешкодити патентного тролія: як це вдалося ЄС та що треба перейняти Україні. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2016/09/12/7054371/>

Ціпуринда В.С.,

к.е.н, доцент кафедра менеджменту, КНТЕУ

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ

Виходячи з сучасного стану вітчизняної економіки, в якій значна частина підприємств з різних причин працює не рентабельно, актуальною є проблема оздоровлення їх ділової активності та приведення у відповідність їх стратегії та бізнес-моделі розвитку до стратегії розвитку економіки держави. Поряд із здійсненням комплексу заходів, спрямованих на приведення системи управління у відповідність до вимог інноваційної бізнес-моделі економічного зростання (нормативно-правового, інформатизації, інвестиційної та фінансової підтримки, вдосконалення системи впровадження науково-технічних досягнень та системи підготовки кадрів) найбільш актуальною є проблема побудови відповідної стратегії управління діяльністю підприємства на засадах інноваційного підходу, як шляху до внутрішньої і міжнародної конкурентоспроможності через усвідомлення підпорядкованості певним закономірностям поведінки суб'єктів господарювання на сучасних ринках. Також ключовою ланкою у підвищенні конкурентоспроможності підприємства є людські ресурси, розвиток і ефективне використання персоналу [1].

Сучасне інноваційне управління також повинно базуватись на прогнозуванні та виявленні причин і взаємозв'язків, які виникають в діяльності систем, а також глобальних явищ і подій, поєднаних з функціонуванням підприємства в зовнішньому середовищі, що дозволяє не тільки прогнозувати етапи розвитку, але і формувати умови, найбільш ефективні для розвитку підприємства, оперативно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, уникаючи криз [2].

Побудова інноваційної стратегії та відповідної бізнес-моделі підприємства ґрунтується на основі комплексу універсальних закономірностей динамічного розвитку систем [2,3,4], що пов'язані із побудовою й удосконалюванням структури підприємства; із розвитком внутрішніх взаємозв'язків між підрозділами; управлінням розвитком зовнішніх зв'язків та із перехідними процесами підприємства на якісно новий рівень розвитку згідно наступних принципів:

1. Основним продуктом діяльності будь-якого підприємства є не тільки продукція чи послуги, але, перш за все, розвиток людини, яка приймає участь на своєму рівні у процесі діяльності підприємства, здобуває більш глибокий професійний досвід у розвитку взаємозв'язків, управління процесами життєдіяльності різних рівнів. Вибір стратегії пов'язаний із формуванням більш ефективних взаємозв'язків, що буде основою нових якісних відносин у суспільстві, де головним кінцевим продуктом є вищий ступінь інтеграції підприємства у зовнішнє середовище.

2. Вибір ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових) пов'язаний із формуванням умов, при яких у діяльності підприємства застосовуються новітні технології синтезу, в т.ч. і переробка відходів, а не надмірне використання природних ресурсів, які обмежені у планетарному масштабі.

3. Розподіл ресурсів пов'язаний із створенням умов, при яких чітким плануванням досягається динамічна усталеність оптимального розвитку підприємства в часі й у ринковому просторі.

4. Технологія і безпека розвитку пов'язані із формуванням умов, при яких в процесі діяльності забезпечується професійне, культурне зростання персоналу і його здоровий спосіб життя.

5. Регулювання, координація діяльності пов'язані із забезпеченням оптимуму зв'язків між підрозділами, делегуванням повноважень, регулюванням для узгодження цілей усіх підрозділів підприємства.

6. Забезпечення здійснення переходу від жорсткого управління підприємством до розширеного самоврядування із максимальною участю персоналу в управлінні підприємством для активізації нововведень.

7. Інтеграція досвіду інноваційного господарювання і управління – як результат накопичення співробітництва між підрозділами з використанням самоврядування, своєчасне врахування помилок і досягнень в управлінні підприємством, пошук нових інноваційних можливостей.

8. Випуск продукції і послуг, що стимулюють інноваційний, культурний розвиток споживачів. Створення умов довгострокових творчих зв'язків підприємства і споживачів, які стимулюють розвиток зворотного зв'язку між підприємством та споживачами, якість технології, продукції, з витратою необхідної частини прибутку підприємства, на інноваційний розвиток системи управління, підвищення кваліфікації персоналу.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», м. Київ, 16 січня 2003 р., № 433-IV.
2. Поляков В.А. Модели управления предприятием. Организационный механизм. – Минск: ВЭВЭР, 2016. – 176 с.
3. Сачинська Л.В Особливості формування бізнес-моделі підприємства // Л.В Сачинська «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 12 (45). Ч. 2. – 2015. – С. 128–130.
4. Zott C. Business Model Design: An Activity System Perspective / C. Zott, R. Amit // Long Range Planning. – 2010. – № 43 (2/3). – P. 216–226.

Чепик А.С.,
студент, 13 група, 3 курс ФМПІ, КНТЕУ,
Дараганова Н.В.,
науковий керівник, д.ю.н., доц., професор кафедри
адміністративного, фінансового та інформаційного права

ДЕРЖАВНА СИСТЕМА ОХОРОНИ ТА ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах розвитку суспільства право інтелектуальної власності набуває все більше проблемних аспектів. Впровадження інновацій у всіх сферах життя людини зумовлює створення нових об'єктів інтелектуальної власності, які в свою чергу потребують якісного та чіткого законодавчого підґрунтя.

Питання охорони та захисту права інтелектуальної власності ніколи не залишалося поза увагою науковців та було втілене у працях Є. Ромат, Р. Ваксман, Н. Грицюта, Л. Дюпон, Г. Андрощук, О. Бутнік-

Сіверський, Л. Глухівський, Ю. Капіца, Н. Мироненко, О. Орлюк, Б. Падучак, П. Цибульов та інших.

Відносини інтелектуальної власності в Україні регулюються Конституцією України, Цивільним кодексом України, значною кількістю спеціальних законодавчих актів, а також деякою мірою міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Варто зазначити, що як і у багатьох інших європейських державах, в Україні існує розгалужена система державних органів та організацій, які виконують функції з охорони та (або) захисту інтелектуальної власності. Ці функції в межах своєї компетенції виконують органи виконавчої та судової влади [1].

Система охорони та захисту інтелектуальної власності в Україні має певні недоліки, до них слід віднести:

- неузгодженість вітчизняних нормативно-правових актів;
- фрагментарний та розріднений характер законодавства;
- відсильність та декларативний характер норм правових актів;
- відсутність механізму захисту авторського права та суміжних прав у мережі Інтернет;
- норми, що регулюють систему захисту права інтелектуальної власності, є досить застарілими та не можуть в повному обсязі захистити певні об'єкти інтелектуальної власності.

Зазначені вище недоліки зумовлюють актуальність дослідження, адже право інтелектуальної власності є досить інноваційним інститутом, який швидкими темпами розвивається, саме тому потребує динаміки та чіткості в законодавстві.

Українське законодавство щодо захисту інтелектуальної власності узгоджується із світовими нормами. Зокрема, воно повністю відповідає базовим стандартам Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (Угода ТРІПС) від 1994 р., однієї з основних угод СОТ.

Існує розуміння того, що глобальна система захисту інтелектуальної власності в основному вже сформувалася й Україна повинна адаптуватися до неї, якщо планує розвиватися як складова частина світового господарства, а не як економіка, відмежована від світових тенденцій соціально-економічного й технологічного розвитку [2].

Варто зазначити, що право інтелектуальної власності є більш захищеним національним законодавством, ніж міжнародним, так як правова охорона об'єктів права інтелектуальної власності обмежується лише територією України. Охорона прав на зазначені об'єкти на території інших держав здійснюється лише на підставі відповідних

міжнародних конвенцій і договорів. Не може залишитися поза увагою й той факт, що в Україні діє понад десяти спеціалізованих законів, такі як «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на сорти рослин», «Про охорону прав на зазначення походження товарів», «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем», «Про авторське право і суміжні права», «Про захист економічної конкуренції» та інші.

О. Орлюк підкреслює, що в цілому сучасне українське законодавство у сфері інтелектуальної власності виступає як специфічний комплекс нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини, пов'язані зі сферою творчої, інтелектуальної діяльності, що характеризується і певною самостійністю, і чітким взаємозв'язком із нормами інших галузей права. За цим законодавством можна визначити наявність рис складної системи нормативно-правових актів різної юридичної сили, які регулюють відповідні суспільні відносини [3].

Отже, можемо зробити висновок, що у цілому законодавство України в сфері інтелектуальної власності охоплює усі загальновідомі об'єкти права інтелектуальної власності, забезпечує набуття, здійснення та захист прав інтелектуальної власності в Україні як вітчизняними, так і іноземними особами. Разом з тим неупинний розвиток високих технологій, поява нових об'єктів правового захисту обумовлюють необхідність постійного вдосконалення національної правової бази. Ефективне управління та посилення правової охорони суб'єктів інтелектуальної власності, безумовно, сприятиме створенню нових об'єктів та посиленню авторитету України в даній сфері на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. Семків В. О., Шандра Р. С. Інтелектуальна власність : підручник для студентів юридичних факультетів. Львів: Галицький друкар, 2017. 280 с.
2. Ромат Т. Удосконалення захисту інтелектуальної власності в Україні в контексті міжнародних зобов'язань. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_03\(10\)/11rtekm](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_03(10)/11rtekm). (дата звернення: 01.03.2020).
3. Орлюк О.Б. Інтелектуальна власність в Україні: досвід, законодавство, проблеми, перспективи. Право України. 2019. № 3. С. 16.

Чижевський Б.Г.,
*керівник секретаріату Комітету Верховної Ради України
з питань освіти, науки та інновацій, к.пед.н.*

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Анотація: Здійснено аналіз реалій забезпечення інноваційного розвитку України в сучасних умовах.

Summary. The realities of innovative development providing in Ukraine in modern conditions have been analyzed.

Сучасний стан управління і регулювання інноваційною діяльністю базується на охороні прав на об'єкти інтелектуальної власності, що визначають пріоритети інноваційного розвитку Європейського співтовариства. Світовий досвід переконливо засвідчує, що перехід до інноваційної економіки можливий лише за умов ефективного використання інтелектуального потенціалу, всебічного сприяння розкриттю людського потенціалу, збалансованому розвитку людського капіталу та інституту інтелектуальної власності, широкомасштабному впровадженню у всіх сферах науки, освіти та виробництва результатів творчої праці.

Інноваційними складовими, підходами та управлінськими рішеннями має бути пронизана вся політична, економічна, соціальна, наукова, культурна та освітня сфери на основі системного забезпечення реалізації людського потенціалу та розвитку людського капіталу. Реалістичного усвідомлення політиками та законодавцями потребують тенденції щодо критичних позицій стану розвитку науки, освіти та економіки України. У 1990 році в період проголошення державного суверенітету Україна за станом свого економічного розвитку та науково-освітнього потенціалу займала 5-те місце в Європі та 6-те місце у світі. А у 2019 році за індексом людського капіталу та за критерієм доступності до знань, Україна посіла 88 місце серед 189 країн. Звіт про людський капітал Всесвітнього економічного форуму, в якому розраховується глобальний рейтинг людського капіталу, ставить Україну на 24-те місце серед 130 країн. Аналіз окремих субіндексів цього показника свідчить про високі рейтингові місця за загальним рівнем освіченості населення. Так, Україна займає 5-те місце за охопленням дітей різними рівнями освіти. Якісні показники, однак, є нижчими: якість початкової освіти – 47 місце, якість системи освіти в цілому – 51-е місце.

Науково-практичного вирішення потребує проблема окреслена результатами міжнародного дослідження PISA, які констатували, що кожний третій наш підліток не засвоїв математику навіть на базовому рівні (36%), а кожний четвертий (26%) не компетентний в читанні і природничо-науковій грамотності. Українські політики та високопосадовці, використовуючи закономірності «оптимізму», подають ці результати з іншої точки зору: 74,1% 15-річних підлітків України досягли базового рівня сформованості читацької грамотності; 64% – математичної грамотності; 73,6% – природничо-математичної грамотності. На їх думку, 46,4% 15-річних учнів України продемонстрували високий рівень читацької грамотності, 37,9 – грамотності з математики і 43,6% – грамотності з природничо-математичних дисциплін. Це вражаючий, страшний діагноз «результативності» і «якості» наукових та освітніх українських реформ в площині «освітніх чудес світу», боротьби з «муштрою», «перевантаженнями», «рудиментами» в умовах «неконтрольованої» глибини проникнення. Орієнтація на можливий позитивний результат засобами гадання та «хаотичності» є хибним, помилковим і небезпечним.

Одним із векторів інноваційного розвитку України є підписання Угоди про партнерство і співробітництво з Європейським співтовариством. Указом Президента України затверджено «Стратегію інтеграції України до Європейського Союзу», якою визначено курс на розвиток національної економіки за інноваційною моделлю. Ключова роль належить зростанню кількості інноваційних установ, закладів, підприємств, якості їхньої інноваційної діяльності, постійному оновленню технологій та змісту, винаходів і знахідок. Варто трансформувати і адаптувати у вітчизняну практику позитивний інноваційний досвід та напрацювання розвитку країн Європи, Азії, Близького Сходу та Північної Америки.

Ступенем захисту, збереження, стійкості та стабільного розвитку України є міцність сплаву фундаментального і прикладного знання, опанування високою, у тому числі інноваційною, теорією, забезпечення реальної соціальної значущості. Результати, отримані нашими науковцями та освітянами свідчать, що, не зважаючи на недофінансування, негаразди й труднощі останнього часу Національній академії наук України, національними галузевими академіями наук України, закладами освіти та провідними підприємствами вдалося зберегти створений зусиллями багатьох поколінь науковий і кадровий потенціал, діяльність якого спрямована на реалізацію пріоритетних напрямів розвитку, науки, техніки та технологій. Підтримується досить високий, а подекуди і світовий рівень фундаментальних досліджень, зокрема з

окремих напрямів математики і механіки, інформатики, фізики твердого тіла, низьких температур та нанofізики, матеріалознавства, хімії, молекулярної біології, медицини, педагогіки, психології та агропромислового комплексу. За прогнозами науковців і освітян для вирішення глобальних проблем розвитку держави України, недопущення критичної точки незворотності залишилося не більше десяти років.

Науково-освітні кадри є основою дієвості, ефективності, динамізму та життєздатності інноваційної сфери, як вирішальних чинників конкурентоздатності держави, що створюють передумови для формування фундаментальних, довгострокових і короткострокових державних та регіональних програм і проєктів із відповідним законодавчим, нормативно-правовим, фінансовим та кадровим забезпеченням.

Стабільний розвиток держави залежить від виваженої, державної політики у сфері інноваційної діяльності й охорони інтелектуальної власності. Об'єкти інтелектуальної власності у провідних країнах світу цінують вище, ніж природні багатства, інновації – ніж інвестиції у пріоритетах факторів економічної безпеки та економічного зростання. Світовий досвід переконує, що результативна система охорони прав інтелектуальної власності є дієвим інструментом запровадження інновацій, розвитку промисловості шляхом нарощування запасів наукових, технологічних знань та їх практичним застосуванням.

Україна володіє власним досвідом, напрацюваннями, здобутками у становленні та розвитку інноваційної інфраструктури (бізнес-інкубатори, наукові і технологічні парки, мережі трансферу технологій, авторських установ, закладів), в реалізації конкретних інноваційних проєктів і ініціатив у сфері енергетики, літакобудування, аграрного сектору, будівництва, екології і ресурсозбереження, в процесах інтеграції науки, освіти й бізнесу.

Законодавством України у сфері інноваційної діяльності визначаються правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлено форми стимулювання державою інноваційних процесів і передбачено сприяння стабільному розвитку України інноваційним шляхом. Проголошено, що державну підтримку мають одержувати підприємства, а також наукові установи, заклади освіти незалежно від підпорядкування, типу, форми власності, що реалізують в Україні інноваційні проєкти, і підприємства всіх форм власності, які мають статус інноваційних. У процесі розробки та затвердження стратегічних програм доцільно враховувати, що більшість провідних держав світу добилися стрімкого інноваційного розвитку завдяки науковому супроводженню та стратегічному плануванню.

Інноваційна політика забезпечується на основі рівного захисту прав, інтересів і майна суб'єктів інвестиційної діяльності незалежно від підпорядкування та форм власності, а також ефективного фінансування та інвестування наукових та професійних шкіл, інноваційних структур, економіки України, розвитку міжнародного економічного співробітництва та інтеграції.

До інновацій відносяться новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість економічної та соціальної сфери, у тому числі науки і освіти.

Інноваційна діяльність спрямовується на формування інноваційної культури, використання результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює якісні зміни у змісті та організації виробничого процесу з виготовлення новітнього оснащення, обладнання, випуску на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

Інноваційний продукт розглядається як результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає базовим вимогам та стандартам.

Інноваційна продукція передбачає створення нових конкурентоздатних товарів чи послуг, які відповідають вимогам, встановленим Законом України «Про інноваційну діяльність».

Інноваційна продукція створюється у науковій школі, авторському закладі, на інноваційному підприємстві (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги.

Продуктування інноваційної продукції неможливе без наявності інноваційного простору та панування інноваційної культури. Інноваційний простір насичується інноваційною інфраструктурою – сукупністю наукових установ, у тому числі авторських, закладів освіти, підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, наукові, освітні тощо).

Головною метою державної інноваційної політики є забезпечення 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.

Основними принципами державної інноваційної політики є такі: орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України; визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку; формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності; створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу; забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності; ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності; підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері; вжиття заходів щодо підтримки міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок; фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності; сприяння розвитку інноваційної інфраструктури; інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності; підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні науково і економічно обґрунтовані та визначені відповідно до чинного законодавства. Напрями провадження інноваційної діяльності спрямовані, передусім, на забезпечення економічної безпеки держави, створення високотехнологічної конкурентоспроможної екологічно чистої продукції, надання високоякісних послуг та збільшення експортного потенціалу держави з ефективним використанням вітчизняних і світових науково-технічних досягнень.

Пріоритетні напрями інноваційної діяльності поділяються на стратегічні та середньострокові. Стратегічні пріоритетні напрями затверджуються Верховною Радою України на період до 10 років. Середньострокові пріоритетні напрями визначаються на період до 5 років і спрямовані на виконання стратегічних пріоритетних напрямів.

На даний час юридично закріплено такі стратегічні пріоритетні напрями на 2011–2021 роки: освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії; запровадження нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки; освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх обробки і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій; технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу; впровадження нових технологій і обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики; широке застосування техно-

логії більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Реалії сьогодення свідчать, що попри поширеність і навіть «моду» на використання термінів «інновація», «інноваційна діяльність», «інноваційна культура», «інноваційна політика», «інноваційне мислення», «інноваційний підхід», «НОУ-ХАУ» тощо, в науково-творчій, освітній, економічній, суспільній практиці України ще не розроблено і не затверджено достатньою мірою їх обґрунтованої та загально визнаної концепції.

Завдання державної інноваційної політики мають реалізовуватися новітнім законодавством, гарантованим фінансовим забезпеченням та розгалуженою мережею об'єктів інноваційної діяльності, що включають в себе такі компоненти: інноваційні програми і проекти; авторські колективи; нові знання та інтелектуальні продукти; виробниче обладнання і процеси; інфраструктуру та дизайн виробництва і підприємництва; організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери; сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки; товарну продукцію; механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Непоследовність, хаотичність і суперечності у проведенні науково-технологічної, освітньої та інноваційної політики, їх низька ефективність, відсутність державного замовлення та фінансування закріплюють тенденції до технологічного відставання від розвинених країн світу. Наслідком цього стає зниження конкурентоспроможності національної науки, освіти і економіки, втрата наукових та професійних шкіл, гальмування розвитку високотехнологічних галузей промисловості, падіння якості робочої сили, банкрутства провідних наукоємних підприємств. Закріплення таких тенденцій на законодавчому і політичному рівнях призводить до зростання загроз національній безпеці, стрімкого відставання України від економічно розвинених країн світу та перетворення її на ресурсний придаток і широкомасштабне «очищення» території корінного народу.

Інноваційний поступ стабільного і поетапного розвитку України можливий за умови об'єднання програм та підходів до цього законодавчої і виконавчої гілок влади, представників економічного сектору та за умови пріоритетності якісного вітчизняного наукового і освітнього супроводження.

Список використаних джерел

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року / Офіційне видання. Київ. 2006.
2. Закон України «Про освіту» (від 23 травня 1991 року № 1060-ХІІ).
3. Закон України в редакції Закону України «Про освіту» (від 23 березня 1996 року № 100/96-ВР).
4. Закон України в редакції Закону України «Про освіту» (від 5 вересня 2017 року № 2145-VIII).
5. Закон України «Про вищу освіту» (від 17 січня 2002 № 2984-III).
6. Закон України «Про ратифікацію Кредитної угоди (Проект «Рівний доступ до якісної освіти в Україні») між Україною та Міжнародним банком реконструкції та розвитку від 5 вересня 2005 року « (від 21 грудня 2005 року № 3255-IV).
7. Закон України «Про формування та розміщення державного замовлення на підготовку фахівців, наукових, науково-педагогічних та робітничих кадрів, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів» (від 20 листопада 2012 року № 5499-VI).
8. Закон України «Про професійний розвиток працівників» (від 12 січня 2012 року № 4312-VI).
9. Закон України «Про вищу освіту» (від 1 липня 2014 року № 1556-VII).
10. Закон України «Про фахову передвищу освіту» (від 6 червня 2019 року № 2745).
11. Закон України «Про ратифікацію Угоди між Урядом України та Урядом Фінляндської Республіки про реалізацію проекту «Фінська підтримка реформи української школи» (від 3 липня 2018 року № 2485-VIII).
12. Закон України «Про ратифікацію Конвенції про визнання кваліфікацій з вищої освіти в Європейському регіоні» (від 03.12.1999 № 1273-XIV)
13. Закон України «Про ратифікацію Фінансової угоди (Проект «Вища освіта України») між Україною та Північною екологічною фінансовою корпорацією» (від 20.06.2018 № 2467-VIII)
14. Закон України «Про ратифікацію Фінансової угоди (Проект «Вища освіта України») між Україною та Європейським інвестиційним банком» (від 08.11.2017 № 2186-VIII)
15. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (від 26 листопада 2015 року № 848 – VIII).
16. Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» (від 22 липня 2001 р. № 2623 – III).

17. Закон України «Про науково-технічну інформацію» (від 25 червня 1993 року № 3322 – XII)
18. Закон України «Про інноваційну діяльність» (від 4 липня 2002 р. № 40-IV).
19. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності України» (від 8 вересня 2011 р.).
20. Закон України «Про інвестиційну діяльність» (від 18 вересня 1991 року № 1560-XII).
21. Закон України «Про наукову і науково-технічну експертизу» (від 10 лютого 1995 року № 51/95- ВР)
22. Закон України «Про особливості правового режиму діяльності Національної академії наук України, галузевих академій наук та статусу їх майнового комплексу» (від 4 липня 2002 року № 3065-IV)
23. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» (від 14 вересня 2011 року № 3715-IV)
24. Закон України «Про ратифікацію Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про наукове і технологічне співробітництво» (від 25 грудня 2002 року № 368-IV)
25. Закон України «Про ратифікацію Угоди між Україною і Європейським Союзом про участь України у Рамковій програмі Європейського Союзу з наукових досліджень та інновацій «Горизонт 2020» (від 15 липня 2015 року № 604-VIII)
26. Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків»(від 16 липня 1999 року № 991-XIV)
27. Закон України «Про науковий парк «Київська політехніка» (від 22 грудня 2006 року № 523 – V)
28. Закон України «Про наукові парки» (від 25 червня 2009 року № 1563-VI)
29. Закон України «Про спеціальну економічну зону «Яворів» (від 15 січня 1999 року № 402-XIV)
30. Указ Президента України «Про затвердження Угоди про створення Українського науково-технологічного центру» (від 4 травня 1994 року № 202/94)
31. Закон України «Про надання згоди на обов'язковість для України Угоди науково-технічного центру» (від 15 березня 2001 року № 2296-III)
32. Закон України «Про ратифікацію Протоколу про внесення поправок до Угоди про створення Українського науково-технологічного центру» (від 15 червня 2016 року)
33. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / Г.О. Андрощук, О.В. Дем'яненко, І.Б. Жилияєв,

- Л.В. Сахаров, В.І. Полохало, С.В. Таран [упорядкування]. К.: Парламентське видавництво, 2008. 448 с.
34. Біла книга – 2. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України. / О.В. Дем'яненко, А.В. Доровських, С.А. Кулаков, А. Лі, [упорядкування]. К.: Парламентське видавництво, 2008. 246 с.
 35. Гусев В.О. Державна інноваційна політика: методологія формування та впровадження : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2011 . 624 с.
 36. Законодавство України у сфері наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (Верховна Рада України, Комітет з питань науки і освіти)/Упор. М.М. Шевченко, Б.Г. Чижевський, С.В. Семенюк, Г.О. Андрощук. К.: Парламентське видавництво, 2013. 400 с.
 37. Збалансований розвиток людського капіталу в Україні: завдання освіти і науки / Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 10 квітня 2019 року / Редакційна колегія Співаковський О.В. (голова), Скрипник О.О., Кириленко І.Г., Костанкевич І.М., Кремін Т.Д., Литвин В.М., Поплавський М.М., Чижевський Б.Г., Козієвська О.І., Семенюк С.В., Левчук О.М., Нестеренко Л.С., Луцька А.В., Красняков Є.В., Тіран С.В., Гарбуза С.А., Малигіна І.В., Шевченко М.М. К.: Парламентське видавництво, 2019. 389 с.
 38. Звіт про діяльність Національної академії наук України у 2018 році. Київ. Академперіодика. 2019. 595 с.
 39. Інноваційне законодавство України: Повне зібрання нормативно-правових актів. У 3-х томах. Укладачі: авт. кол. За заг. ред. Костицького В.В. Т.1. К., 2003. 284 с; Т.2. К., 2003. 192 с.; Т.3. К., 2003. 152 с.
 40. Інтелектуальна власність у формуванні інноваційної економіки України: проблеми законодавчого забезпечення та державного регулювання / За заг. ред. проф. В.І. Полохала. Автор-упорядник: Г.О. Андрощук. К.: Парламентське вид-во, 2010. 384 с.
 41. Керманіч української науки. Життєвий і творчий шлях Б.Є. Патона. До сторіччя від дня народження/ О.С. Онищенко, Л.А. Дубровіна, О.К. Маковецька[та ін.]; НАН України, Нац. Б-ка України ім. В.І. Вернацького. Київ. 2018. 350 с.
 42. Мацевитий Ю.М. Наука и инновации. Путь к успеху / Ю.М. Мацевитий, А.А. Тарелин; НАН Украины, Институт проблем машиностроения им. А.Н. Подгорного НАН Украины. К.: Академперіодика, 2015. 192 с.
 43. Національна академія наук України (1918 – 2018). До 100-річчя від дня заснування/редкол.: Б.Є. Патон (голов. ред.), та ін.; Нац. акад. наук України. Київ: Академперіодика, 2018. 336 с.

44. Попович О.С. Науково-технологічна та інноваційна політика: основні механізми формування та реалізації (видання друге виправлене і доповнене) / під ред. д-ра екон. наук, проф. Маліцького Б.Г. К.: Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Добров НАН України, 2019. 342 с.
45. Про стан та проблеми фінансування освіти і науки в Україні: матеріали парлам. слухань у Верховній Раді України 16 листопада 2016 р. / Верховна Рада України, Комітет з питань науки та освіти: упоряд. Левчук О.М., Семенюк С.В., Чижевський Б.Г., Шевченко М.М., Андрощук Г.О. К.: Парламентське видавництво, 2017. 472 с.
46. Стан та законодавче забезпечення розвитку науки та науково-технічної сфери: матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 2 липня 2014 р. / Верховна Рада України, Комітет з питань науки і освіти Верховної Ради України; упорядники М.М. Шевченко, С.В. Семенюк, Г.О. Андрощук. К.: Парламентське видавництво, 2015. 744 с.
47. Стан та законодавче забезпечення фінансування наукової і науково-технічної діяльності в Україні: матеріали слухань у Комітеті Верховної Ради України 13 березня 2013 р.; упоряд. М.М. Шевченко, Б.Г. Чижевський, С.В. Семенюк, В.Ю. Бурда / Верховна Рада України: Комітет Верховної Ради України з питань науки і освіти. К.: Парламентське видавництво, 2014. 637 с.
48. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: В 3 т. / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. К.: Фенікс, 2007
49. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Авт. упоряд.: Г.О. Андрощук, І.Б. Жилияєв, Б.Г. Чижевський, М.М. Шевченко. К.: Парламентське видавництво, 2009. 632 с.
50. Топазов В. Патони: родинна хроніка / Валерій Топазов, Марія Дмитрієнко; Інститут історії України НАН України. Київ: Академперіодика, 2018. 316 с.
51. Феномен інновацій: освіта, суспільство, культура: монографія / за ред. В.Г. Кременя. К.: Педагогічна думка. 2008. 472 с.

Шашенко О.М.,
*д.т.н., професор, проректор з міжнародних зв'язків,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

Кірін Р. С.,
*д.ю.н., доцент, провідний науковий співробітник,
Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова НАН України*

Шашенко Д.О.,
к.т.н., доцент, магістр права

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ВІДНОВЛЕННЯ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ОБ'ЄКТІВ НА ПОСТКОНФЛІКТНИХ ТЕРИТОРІЯХ

Промислові об'єкти на непідконтрольних територіях Донбасу за наслідками впливу на довкілля можна поділити на декілька однорідних груп: 1) гірничі підприємства; 2) хімічні об'єднання; 3) металургійні заводи; 4) машинобудівні комплекси; 5) інші, менш шкідливі ніж попередні, об'єкти.

Серед них особливе місце займають гірничі підприємства, що, як правило, представлені вугільними шахтами. За час розробки вугільних родовищ Донбасу з надр землі було видобуто сотні мільярдів породи, вугілля, води. Земна поверхня просіла на декілька метрів, навколо шахт, звідки відкачується вода, утворились депресійні воронки, що охоплюють площі у кілька квадратних кілометрів. Початкова природна екологічна система перетворилась на техногенну, штучну, значною мірою деформовану, яка підтримується, частіше всього, завдяки постійній відкачці води, на що витрачаються мільярди коштів щорічно. Ці підприємства вимушені будуть працювати в такому режимі безкінечно довго, інакше величезні території перетворяться на заболочену місцевість завдяки просадкам поверхні, що утворилися за роки експлуатації вугільних родовищ.

З аналогічною проблемою зіткнулися практично усі країни, які перетворювали в життя ідею декарбонізації промисловості. Це, перш за все, Велика Британія, Бельгія, США, Німеччина, Польща. Першочерговими задачами, при цьому, стали переселення і перепідготовка населення, ліквідація екологічних наслідків, повернення територій до стану, який би був придатний для проживання людей, рослин, тварин. Говорячи про відновлення життєдіяльності, реконверсію вугільних шахт в Україні, які у своїй більшості є опорними у соціально-

економічній та природо-ресурсній структурі територій, слід мати на увазі реконверсію регіону в цілому.

Досвід реконверсії вугільних шахт і поствугільних регіонів у Європі та США показав, що це складний, комплексний, масштабний, капіталоємний і довготривалий процес, який, в першу чергу, потребує коректних зусиль усіх гілок влади та зацікавлених осіб: від приватного власника до органів публічної влади (органів державної влади та органів місцевого самоврядування), від окремо взятих працівників шахт до громадських організацій. Але головне, реконверсія потребує цілісного і прозорого правового поля, яке є запорукою ефективної взаємодії названих вище стейкхолдерів.

Наприклад, у Бельгії з 1989 по 1998 роки за двома програмами реконверсії вугільних шахт у регіоні Лімбург було направлено 100 млрд. бельгійських франків із загальноєвропейських, національних і регіональних фондів. Проте, реконверсія була визнана, як невдала. За першою програмою – внаслідок того, що процес повністю контролювався приватною компанією, яка розмила гроші між дрібними, найбільш економічно ефективними проектами дочірніх фірм і не враховувала соціальні аспекти реконверсії, а за другою програмою, яка контролювалась місцевими органами самоврядування, – внаслідок політичної боротьби всередині інститутів влади.

Аналіз стану правового поля в Україні, як фундаментальної основи для реконверсії вугільних шахт і трансформації регіонів, показав наявність низки проблем, що не сприяють її реалізації. Це, перш за все, відсутність державної цільової стратегії у цій сфері, слабка мережа стейкхолдерів, фрагментарність та недосконалість нормативно-правових актів, що у підсумку унеможливають розробку фундаментальних проектів національного рівня, які б могли бути представлені на конкурс для отримання грантів європейських фондів, як це відбувалося у Бельгії, оскільки процеси реконверсії є надто витратними.

Як свідчить приклад європейської компанії RAG, остання з 2019 р. за своїми зобов'язаннями реконверсії шахт має намір витратити 220 млн євро. Очевидно, що в сучасних реаліях України, ані державний бюджет, ані приватний власник на цей інноваційний напрям таких коштів не мають, відтак країні потрібна допомога як міжнародних так і національних інвесторів та фандрайзерів.

Шевченко О.В.,
*к.ю.н., доцент кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права КНТЕУ*

МЕХАНІЗМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

У ст.1 Конституції України відзначено, що Україна є правовою державою [1], а це, в свою чергу, передбачає юридичну захищеність прав і свобод людини і громадянина. Серед перелічених Конституцією свобод гарантується захист свободи літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності [1, ст. 54].

Поняття механізму адміністративно-правового регулювання науковці визначають як сукупність засобів, за допомогою яких здійснюється правове регулювання у сфері публічних відносин [2, 66], організаційна матеріальна сила, завдяки якій держава здійснює владу [3, 134], це засоби функціонування єдиної системи адміністративно-правового регулювання з метою забезпечення прав, свобод і публічних законних інтересів фізичних та юридичних осіб, функціонування громадянського суспільства і держави [4].

Проаналізувавши напрацювання у даній темі, можна констатувати, що структурними елементами механізму правового регулювання є норми права, правовідносини та акти реалізації.

У сфері інтелектуальної власності норми права, які регулюють дану царину, містять ряд нормативно-правових документів, серед них: Основний закон України – Конституція України (а саме ст. 41, 54), Книга IV «Право інтелектуальної власності» Цивільного кодексу України, Кримінальний та Митний кодекси України, Кодекс України про адміністративні правопорушення, закони України: «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на сорти рослин», «Про охорону прав на зазначення походження товарів», «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем», «Про авторське право і суміжні права», «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм», та інші, які передбачають захист об'єктів інтелектуальної власності.

Особливістю інтелектуальних правовідносин є те, що вони торкаються двох аспектів: відносини приватні (регулюються нормами цивільного права) і відносини пов'язані з публічною владою, наприклад реєстрація права інтелектуальної власності (регулюються нормами адміністративного права).

Визначення правовідносин інтелектуальної власності подане Харитоновим Є. О. та Харитоновою О. І. як передбачені юридичною нормою суспільні відносини, які складаються у галузі інтелектуальної власності і які виражаються у взаємних юридичних правах і обов'язках суб'єктів права [5, 81].

Акти реалізації є завершальною стадією процесу втілення у життя приписів відповідних норм у поведінці учасників конкретних правовідносин. Державний орган чи посадова особа, уповноважені відповідно до закону на здійснення владних дій у сфері інтелектуальної власності для забезпечення індивідуального правове регулювання, адже без спеціального рішення суб'єкта управління відповідні права і обов'язки реалізуватися не можуть.

Отже, механізм правового регулювання дозволяє реалізувати право інтелектуальної власності та забезпечити його захист.

Список використаних джерел

1. Конституція України.
2. Стеценко С. Г. Адміністративне право України [навчальний посібник]. / С. Г. Стеценко – Вид. 2-е, перероб. та доп.– К.: Атіка, 2009. – 640 с.
3. Теория государства и права. / С. С. Алексеев, С. И. Архипов и др. М.: Норма, 2005. – 496 с.
4. Бандурка О. М. Адміністративний процес: підручник для вищих навч. закл. / О. М. Бандурка, М. М. Тищенко. – К., 2002. – 288 с.
5. Харитонов Є.О., Харитонova О.І. Правовідносини інтелектуальної власності й цивільні та адміністративні правовідносини // Університетські наукові записки, 2012, №1(41), С.80–88.

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У світі спостерігається тенденція безперервного прогресу досліджень та інновацій в різних галузях, і сфера логістики не є винятком. Використання в логістиці сучасних передових технологій забезпечить високу швидкість виконання необхідних операцій та скорочення фінансових і трудових витрат, що послужить вирішальним фактором підвищення конкурентоспроможності компанії та збільшення прибутку.

З розвитком впровадження міжнародних стандартів товарообігу виникає необхідність в застосуванні якісних логістичних послугах. Сучасні вимоги ведення бізнесу та постійно зростаюча конкуренція вимагає комплексного інноваційного підходу до створення логістичної системи торговельних підприємств з використанням новітніх інформаційних технологій.

З метою ефективного функціонування та розвитку логістичним організаціям необхідно постійно активізувати свою інноваційну діяльність. Це передбачає інтеграцію в сучасні умови ефективного розвитку інноваційного ринку та підтримання високого рівня конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках шляхом постійного впровадження технічних і технологічних новинок, що дають змогу в майбутньому забезпечити формування інноваційної стратегії розвитку торговельного підприємства.

Один з напрямів реформування економіки України лежить у площині інноваційних технологій логістичної системи та створенні механізму, який би гнучким та ефективним чином забезпечував взаємодію основних елементів логістики «постачання – виробництво – складування – транспортування – збут». Отже, необхідно створити ланцюги, які забезпечать інтеграцію роботи державного та приватного секторів економіки на основі міжгалузевої логістичної координації [1].

Фінансова криза, яка сьогодні постала на світових ринках, обумовлює необхідність пошуку резервів оптимізації витрат та часу, відведених на інноваційні процеси. Реалізація нових вимог, які ставляться перед підприємствами, змушує їх до пошуку і створення нових стратегій діяльності, які збільшують гнучкість і уможливають

виживання в суперництві з конкурентами. Завдання логістичної підтримки інноваційної діяльності полягає у ефективному русі матеріальних, інформаційних, фінансових потоків по створенню інновацій. Практична реалізація інновацій в логістиці стає потужним інструментом підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств, оскільки нові технології дають змогу упорядкувати логістичну систему підприємства що забезпечує підвищення ефективності роботи.

Основним для українських підприємств в застосуванні інновацій в логістичних системах є управління якістю доставок. Найближчим часом в логістиці підприємств інноваційними технологіями стануть такі процеси як: доставка товарів за допомогою дронів, використання сервісів пов'язаних з інтеграцією даних, електронний підпис, передача логістичних процесів на аутсорсинг 3PL та 5PL провайдерам. Також найближчим часом можливе впровадження сенсорних технологій та датчиків руху і глибини, 3D звуку для тих типів товарів що є на складах компаній, а також використання роботів які можуть працювати поряд з операторами складів [2].

Таким чином, застосування інноваційних інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства набуває особливої значущості в умовах швидкого розвитку інноваційних технологій та нових трендів у сфері доставки, що може бути вирішено за використання інноваційних інформаційних систем, які дозволять реалізувати логістичний потенціал торговельних підприємств та забезпечити високий рівень конкурентоспроможності.

Інноваційна діяльність повинна базуватись на логістичній концепції. Як і кожна галузь, логістика змінюється, з'являються нові технології і бізнес-моделі. Навіть при кризовій ситуації не потрібно відмовлятися від інновацій. При сьогоднішньому становищі на ринку помітно посилюється конкуренція, тому потрібно знайти і застосовувати приховані, не задіяні до цього моменту резерви.

Список використаних джерел

1. Європейська логістична асоціація [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.google.ua>
2. Захаров О.М., Зокін А.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, методи оцінки та механізми збільшення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.logistics.ru/9/2/i20_64.htm

Шовкун І.А.,
*к.е.н., старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник ДУ «Інститут економіки
та прогнозування НАН України»*

ЧИННИКИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Високий рівень імпортозалежності національної економіки виступає чинником зовнішнього технологічного контролю, структурної деградації, дефіциту платіжного балансу.

Імпортозалежність української економіки зашкалює: з усього обсягу промислових товарів, придбаних покупцями для споживчого використання, понад 47% – імпортного походження (2017 р.). Імпортна складова у проміжному споживанні на виробництві сягає 51%. Потреби економіки у інвестиційних товарах для валового нагромадження основного капіталу мало не повністю (на 85-99%) покриваються продукцією іноземних виробників і саме це зумовлює технологічну залежність національної економіки.

Загальний обсяг споживання імпорту в українській економіці (54% ВВП) суттєво вищий від країн, що мають розвинену промисловість (48%) [1]. Більша частина ВВП витрачається на оплату товарів іноземного походження і в цьому закладено витоки проблем з наповненням державного бюджету та його хронічного дефіциту.

У структурі імпорту домінують технологічно складні види продукції, що є більш конкурентоспроможними, ніж низькотехнологічні товари українського експорту. Обсяги імпорту переважають експорт, а зумовлений цим тривалий дефіцит торговельного балансу (що сягнув до 8% ВВП у 2018 р.) створює ризики економічної нестабільності. Експансія імпорту, що посилилась останнім часом разом з укріпленням гривні відносно іноземних валют (у 2019 р.), пригнічує національне виробництво.

Превалювання сировинного експорту, залежність від імпорту товарів (інвестиційного призначення, проміжного та кінцевого споживання) та технологій, а на додачу – масова трудова еміграція та вплив капіталу – це ті ознаки української економіки, що перетворюють її на периферію світового господарства. Структура українського експорту товарів є неефективною внаслідок надмірної концентрації мінерально-сировинної продукції, ринки якої не є сталими ні за місткістю, ні за цінами. Сукупна частка продуктів низького ступеня перероблення у структурі експорту товарів перевищує 64%

(2018 р.): чверть експорту припадає на метали і металопродукцію (у т.ч. чорні метали – 21%), 21% – на продукти рослинного походження, 9% – на олійно-жирову продукцію, 9% – на мінеральні продукти. Проте навіть товари українського експорту містять суттєву частку імпортової складової. Тож у глобальному поділі праці країна виконує роль постачальника середньо-низькотехнологічної продукції та мінерально-сировинного додатка світової економіки.

Підвищення рівня самозабезпечення економіки продукцією власного виробництва для валового нагромадження, проміжного та кінцевого споживання є необхідною умовою для оздоровлення національного господарства. Успішність реалізації такого завдання залежить від розповсюдження прогресивних технологій у виробничих ланцюжках. Тільки це дозволить випускати конкурентоспроможну продукцію і спонукатиме споживачів віддавати перевагу національному виробнику. Вирішення цього завдання потребуватиме реалізації комплексу активних заходів державної політики, а саме:

- оздоровлення інвестиційного клімату задля створення передумов до активізації інвестиційної діяльності (у тому числі через запровадження інвестиційних дотацій) та реалізації проектів технологічної модернізації у профільних та суміжних виробництвах;

- запровадження вимог щодо локалізації виробництва передусім товарів інвестиційного призначення [2];

- стимулювання споживчого попиту за допомогою компенсаційних механізмів частини витрат покупців на придбання продукції національних виробників;

- внесення змін до системи державних закупівель в частині укладання довгострокових контрактів на випуск складної техніки, зміна обов'язкових вимог до тендерних пропозицій стосовно країни походження товару та наявності виробничих потужностей в Україні;

- запровадження державного замовлення на товари цивільного призначення українського виробництва для задоволення пріоритетних потреб держави та державних природних монополій.

Список використаних джерел

1. Шовкун І.А. Інвестиційний клімат як чинник промислового розвитку в Україні. *Економіка і прогнозування*. 2019. № 4. С. 70–103. URL: <https://doi.org/10.15407/eip2019.04.070>
2. Шовкун І.А. Локалізація виробництва – світова практика та висновки для України. *Економіка і прогнозування*. 2017. № 2. С. 31–56. URL: <https://doi.org/10.15407/eip2017.02.031>

Щегель С.М.,
к.е.н., старший науковий співробітник
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

РОЗВИТОК СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ ТА СТАРТАП ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Екосистема – рамкові умови для інноваційного розвитку та розвитку стартап підприємництва.

Ключовими суб'єктами ринку, які здатні продукувати конкурентоспроможні ідеї та забезпечувати комерціалізацію інновацій є: *академічне підприємництво в закладах вищої освіти та наукових установах; стартапи; інноваційний бізнес.*

Розвитку академічного підприємництва в Україні сприятимуть наступні кроки:

1. Об'єднання наявних інфраструктурних ресурсів (бізнес-інкубатори на базі ЗВО) у вигляді мережі, доступної для користування студентам та учням різних учбових закладів, що дозволить зробити систему підтримки академічного підприємництва більш ефективною.

2. Залучення міжнародних партнерів, які відомі своїми успіхами у створенні дієвої екосистеми академічного підприємництва та стартап підприємництва. Зокрема налагодження співробітництва із зарубіжними організаціями, які презентують свій досвід в Україні (так, наприклад, під час форуму «Going Global: Ізраїльсько-Український День Інновацій», який проводився за сприяння Офісу з просування експорту та Міністерства економічного розвитку і торгівлі України у 2017 р, свій досвід презентувало ізраїльське представництво міжнародної організації з підтримки стартапів MassChallenge. Співпраця з MassChallenge дозволить вітчизняним інноваційним проектам отримати доступ до фінансування від таких організацій (партнери MassChallenge) як IBM, MICROSOFT, NESTLÉ, PEPSICO, PFIZER, PROCTER & GAMBLE, PTC, BCG, GENERAL ELECTRIC Blackstone Charitable Foundation, the Kauffman Foundation, the J.P. Morgan Chase Foundation та інших).

3. Популяризація та надання інформаційної підтримки «взірцевим» успішним спін-офф проектам. Як свідчить практика, історії успіху сприятимуть розвитку підприємницької культури в науковій та освітній сферах та стимулюватимуть студентську молодь створювати власні інноваційні проекти.

4. Осучаснення навчальної програми (наприклад, включення навчання підприємницьким навичкам як факультативного курсу).

В сфері стартапів:

1. Допомога місцевим талантам може стати передумовою для формування регіональних мікро-екосистем, чому має сприяти реформа місцевого самоврядування. Відсутність доступної підтримки (навчання необхідним навичкам, допомога у залученні посівних інвестицій, наприклад організація локальних заходів для потенційних інвесторів) малого та середнього бізнесу та стартап-підприємництва на місцях є однією з ключових причин, чому в Україні багато винахідників та інноваторів але мало стартапів та інноваційних бізнесів. Практика останніх років показала, що лише наявності висококваліфікованих технічних фахівців недостатньо для створення якісної екосистеми. Багато українських програмістів знаходять роботу в зарубіжних технологічних компаніях, але лише одиниці наважуються на створення власного продукту і проходження з ним всього циклу зростання стартапу.

В той же час, українські проекти залучили 2,3 млн. дол. США у 2018 році на міжнародних краудфандінгових платформах (це в 4 рази більше від запланованого). Ці дані показують, що американські і європейські споживачі зацікавлені в українських технічних новинках. Саме тому дуже важливо надати регіонам України необхідні механізми та інструменти ефективного розвитку інноваційних технологій, що сприятиме як зростанню економічного потенціалу України, так і просуванню конкурентоздатних інновацій на світові ринки.

2. Узгодження цілей та функцій державних інститутів, призначення яких – стимулювання створення і комерціалізації інновацій. Діяльність таких фондів (зокрема Фонду державного стимулювання створення і використання винаходів (корисних моделей) та промислових зразків (Фонд підтримки винаходів Мінекономрозвитку) та Фонду розвитку інновацій (Український Фонд Стартапів (УФС), державний фонд, започаткований за ініціативою КМУ) має носити системний характер та створювати синергетичний ефект.

3. Оновлення законодавства в напрямку полегшення інвестування в стартапи в Україні та діяльності інвестфондів.

Пропоновані кроки сприятимуть стимулюванню розвитку стартап екосистеми та стартап підприємництва в Україні.

Щерба В.І.,
студентка 3 курсу 9 групи
факультету міжнародної торгівлі та права КНТЕУ,
Сенченко Л.В.,
науковий керівник, к.ю.н., доцент кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права КНТЕУ

ЗАХИСТ АВТОРСЬКОГО ПРАВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Сьогодні важливою темою у сфері захисту прав інтелектуальної власності є їх захист у мережі Інтернет. Так, як інтернет-технології дозволяють легко та швидко завантажувати, зберігати, поширювати інформацію, в тому числі об'єкти, які охороняються авторським правом, у цій сфері дуже складно виявити правопорушника, а також притягнути його до відповідальності за порушення авторського права. Саме тому важливо знати засоби, які охороняють від протиправних посягань з боку інших осіб.

Авторське право захищає все те, що створене творчою працею людини: твори в галузі науки, літератури та мистецтва. Сам перелік більш деталізований в ст. 8 Закону України «Про авторське право і суміжні права» (далі Закон).

Що ж до автора твору, то йому надаються немайнові, які є невідчужуваними, та майнові права, які можна передавати іншим особам як подарунок, за договором чи винагороду. Порядок відчуження майнових прав також визначено в Законі.

Виникнення авторського права не залежить від виконання будь-яких формальностей: реєстрації, депонування і таке інше. При цьому реєстрація була б додатковим захистом авторського права, адже є значущим доказом авторства. Для того аби сповістити про свої права на твір також використовується знак охорони авторського права [1, ст. 230].

Одним з порушень авторського права є протиправне розміщення твору в Інтернеті. Якщо є факт порушення, тоді автор має право звернутися з відповідною заявою до власника веб-сайту, на якому висвітлена така інформація з вимогою її видалення.

Заява про припинення порушення відповідно до Закону повинна містити такі дані: ідентифікаційні відомості про заявника; вид та назву об'єкта авторського права, про порушення права на який йдеться у заяві; вмотивоване твердження про наявність у заявника майнових прав інтелектуальної власності на об'єкт авторського права або суміжних прав; гіперпосилання на розміщену в мережі Інтернет

інформацію; відомості про постачальника послуг хостингу, який надає послуги. Після отримання заяви відповідальна особа зобов'язана вилучити інформацію, що порушує право скаржника. Також доречно буде зазначити, що заявник може звернутися із заявою про припинення порушення виключно за представництвом адвоката, який до цієї заяви має додати копію документа, що підтверджує його повноваження про надання правової допомоги [2, ст. 52].

Якщо така заява залишилася без вирішення, тобто проігнорована, потерпілий може звернутися за захистом своїх прав до суду. У разі ненадходження відповіді заявнику щодо вирішення його питання, відповідно до Кодексу України про адміністративні правопорушення, на власника веб-сайту/ постачальника послуг хостингу може бути накладений штраф.

Ще одним видом порушень у мережі Інтернет є піратство. Наприклад, коли глядач у кінотеатрі знімає на відео прем'єрний показ фільму й опубліковує його згодом на піратських сайтах. В Україні, починаючи з 2017 року, набув чинності Закон України «Про державну підтримку кінематографії в Україні», згідно з яким було внесено зміни до Закону України «Про авторське право і суміжні права».

Уперше в Україні в 2019 році до суду направлено кримінальну справу за незаконне знімання прем'єрних показів фільмів у кінотеатрах та продаж їх піратським ресурсам. Порушнику інкримінували злочин за ст. 176 Кримінального Кодексу України (порушення авторського права і суміжних прав), що потягнуло за собою 2 роки ув'язнення. Отже, піратство є доволі поширеним явищем у країнах з розвинутою технологічною базою, та при цьому розкрити злочин та притягнути до відповідальності порушника не так просто.

Отже, авторське право є одним з основних видів охорони інтелектуальної власності в мережі. Одна з причин такої охорони, є сама природа електронних комунікацій, яка передбачає багаторазове копіювання даних у процесі передачі їх каналами зв'язку, тому виникає питання дотримання при такому копіюванні авторських прав. Адже Інтернет є телекомунікаційною мережею загального користування.

На жаль, охорона авторських прав ще не пристосована до повного використання в інформаційній мережі Інтернет, де користувач отримує доступ до твору в будь-який час, та може з легкістю копіювати, поширювати та завантажувати матеріал. На нашу думку, щоб захиститися від порушень у сфері інтелектуальної власності, потрібно реєструвати свої авторські права, хоча це не є обов'язковим, проте реєстрація може полегшити вирішення спору щодо авторства, у разі його виникнення.

Список використаних джерел

1. Позднякова Є.А. Авторське право, 2015. URL: https://stud.com.ua/44710/pravo/avtorske_pravo
2. Про авторське право і суміжна права: Закон України за станом на 04.11.2018. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>.
3. Державна реєстрація авторського права на твір. URL: <https://regulation.gov.ua/catalogue/procedure/id790>.

Юрчик І.Б.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

Для сучасного етапу соціально-економічного розвитку характерні певні проблеми, що накопичилися в соціальній сфері і проявляються в погіршенні фізичного здоров'я громадян, скороченні середньої тривалості життя, збільшенні диференціації доходів різних груп населення, погіршенні соціальної захищеності та ін. Якість надання соціальних послуг далеко не завжди задовольняє потреби населення. Саме тому з'являється необхідність у соціальних інноваціях як механізмі, що допоможе Україні поступово знайти ефективний шлях розвитку.

Інновації – впровадження вперше створених моделей або елементів у різні сфери діяльності. У розвиненій соціальній структурі різноманітні новації створюються постійно, але не всі з них проходять через громадський відбір. Інноваціями стають тільки такі нові рішення, які отримують «суспільне схвалення», визнання, інтегруються у загальний культурний масив та протягом деякого часу стають його органічними компонентами [1].

Ідея соціальних інновацій займає сьогодні одне з провідних місць у політиці розвинутих країн, водночас в Україні вона лише починає отримувати розповсюдження та асоціюється з такими поняттями, як державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне підприємництво. Зазвичай особи, які впроваджують соціальні проекти, не ідентифікують себе з інноваторами або соціальними підприємцями. Появі соціальних інновацій можуть сприяти такі процеси, як: загострення соціальних проблем,

що вимагає нових підходів до їх вирішення; відсутність необхідних ресурсів для розвитку, що потребує більш дієвих способів їх пошуку.

Так, для прикладу, згідно проєкту «Україна-Норвегія» в м. Вінниця проводяться курси з професійної перепідготовки та соціальної адаптації військовослужбовців звільнених в запас та членів їх сімей «Підприємництво та інформаційні технології в бізнесі». Проєкт здійснюється за підтримки Міжнародного фонду соціальної адаптації, університету НОРД (м. Будо, Королівство Норвегія) та центру соціальної адаптації та розвитку «Європейська ініціатива» (м.Вінниця).

Тому, основною метою інноваційної діяльності у соціальній сфері повинно бути вирішення соціальних проблем сучасного суспільства. Якщо запропоноване нововведення дає змогу хоча б понизити гостроту соціальної проблеми, то для нього повинна бути забезпечена підтримка державних органів управління. Такі інновації є необхідними, оскільки вони покращують якість життя населення [2].

Окрім досягнення основної мети, інновації мають вирішити наступні завдання: підвищення ефективності діяльності підприємств і організацій соціальної сфери; поліпшення якості послуг соціальної сфери за рахунок повнішої відповідності вимогам суспільства, що постійно змінюються; зниження соціальної нерівноправності шляхом збільшення доступності послуг, що надаються.

Сфера соціальних інновацій в Україні досі перебуває у зародковому стані, тільки починаючи виходити за межі локального застосування. Зважаючи на це, варто звернути увагу на фактори, які є ключовими для спрямування соціальних інновацій у напрямі досягнення економічного та соціального добробуту, а саме: урахування соціальних інновацій у формулюванні науково-технологічної та інноваційної політики; створення демократичних платформ із метою залучення різних суб'єктів господарювання; забезпечення належної координації, інтеграції та відображення соціальних заходів у національних та регіональних соціально-економічних планах та програмах; стимулювання проведення наукових досліджень у площині соціальних інновацій; підвищення обсягу інвестицій в нарощування соціального потенціалу; державно-бізнесове партнерство в підтримці соціальних інновацій.

Отже, для підвищення якості життя українського населення та підтримки концепції сталого розвитку необхідно, щоб соціальні інновації стали пріоритетом сучасного розвитку України.

Список використаних джерел

1. Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://eureka.sbs.ox.ac.uk/761/1/Social_Innovation.pdf.
2. Більська О.В. *Соціальне іннування і його результативність в трансформаційній економіці*: монографія. Дніпро: Монолит, 2016. 342с.

Яковенко Р.В.,

*к.е.н., доцент, декан економічного факультету,
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті,
м. Кропивницький*

ВИРОБНИЧЕ СЕРЕДОВИЩЕ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

До виробничих чинників, що впливають на якість та тривалість життя, на нашу думку, необхідно віднести: умови праці; ефективність виробництва та рівень інтенсивності використання трудових ресурсів; рівень жорсткості управління та дотримання прав робітників; тривалість робочого дня, кількість вихідних днів та оплачуваної відпустки; можливість просування по службі та кар'єрного зростання; систему оплати праці, її рівень та прогресивність; рівень соціального захисту та мотиваційний механізм, що діє на конкретному підприємстві чи установі; рівень розвитку внутрішнього ринку праці підприємства, рівень зайнятості в цілому по країні та причини наявного безробіття; екстерналії; розмір та систему розподілу ВВП [2, с. 63].

Серед зазначеного, лише перший фактор спроможний здійснювати прямий вплив на демографічні процеси, решта з них діють опосередковано, через механізми управління рівнем добробуту, створення сприятливого соціально-економічного середовища, появи додаткових можливостей споживання тощо. Щодо умов праці, то їх слід розглядати як чинник виробничої смертності та скорочення тривалості життя внаслідок виробничого травматизму, професійних захворювань, каліцтва тощо.

Розгляд короткотермінової виробничої функції з урахуванням демографічного чинника в якості фактору праці має лише один змінний фактор – працю, та фіксований фактор – капітал [1]. У розрізі досліджуваної проблематики змінність чинника праці може бути

зумовлена, зокрема, виробничим травматизмом, каліцтвом, втратою працездатності, смертністю на виробництві тощо.

Особливого значення в сучасних умовах набуває виробничий людський капітал, фундаментальною передумовою збереження якого є збереження демографічного потенціалу виробництва та унеможливлення завдання йому шкоди в процесі праці.

Державний нагляд у сфері дотримання безпеки праці у приватному секторі чи секторі змішаної власності (у державній економіці він має діяти автоматично), повинен мати за мету не скорочення кількості нещасних випадків, а підвищення тривалості життя у галузі або в середньому по країні. Витрати на контроль за дотриманням безпечних умов на виробництвах, за умови адекватної боротьби з корупцією, можна відносити до статей бюджетних витрат, спрямованих на оптимізацію соціально-демографічного балансу країни.

Ефективність виробництва, як чинник впливу на демографічні процеси, в політекономічному тлумаченні являє собою досягнення максимальних результатів, використовуючи наявні ресурси повністю [1]. Але таке сприйняття не може стосуватись людського чинника, який, у свою чергу, складається з фактору праці та підприємницьких здібностей, оскільки повне використання людського ресурсу призводить до унеможливлення його повторного використання у виробничому процесі. Найуразливіше місце в такому випадку посідає фізична праця, оскільки підприємницькі здібності дуже рідко потерпають від виробничих умов, швидше вони можуть стати об'єктом застосування методів нечесної конкуренції ззовні.

Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності виробництва мають сприйматись як передумова ефективної соціально-демографічної політики; при цьому інноваційний аспект розвитку організаційно-виробничих відносин, в обов'язковому порядку має враховувати та мінімізувати рівень забруднення довкілля.

До чинників, що належать до компетенції системи управління підприємством належать рівень дотримання прав робітників, зокрема щодо тривалості робочого дня, кількості вихідних днів та оплачуваної відпустки, а також можливість просування по службі та кар'єрного зростання тощо. В першому випадку йдеться про чинники, що здійснюють вплив на відновлення робочої сили; в другому – про довгостроковий психологічний мотиватор.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р. В. Виробництво як середовище впливу на демографічні процеси [Електронний ресурс] / Р. В. Яковенко. – Режим доступу : <http://www.surma-ua.info/?p=3385>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р. Виробничі фактори соціально-економічного впливу на демографічні процеси / Роман Яковенко // Наук. праці Кіровоградського нац. техн. ун-ту : Економічні науки. – Кіровоград : КНТУ, 2007. – Вип. 11. – С. 62–69.

Янковець Т.М.,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу КНТЕУ

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ БРЕНДІВ

Розвиток галузей четвертого технологічного укладу на основі розвитку електроніки, органічної хімії, засобів зв'язку призвів до появи у 50-х роках ХХ ст. комп'ютерів та програмних продуктів для них. Провідні наукові та воєнні лабораторії США, Великобританії, Франції, незалежно одна від одної, розробляли концепції глобальної обчислювальної мережі.

На початку 60-х років ХХ ст. американський інженер та винахідник Пол Беран винайшов та описав метод розділення інформації на окремі пакети – «блоки повідомлень», які у цифровому вигляді швидко переміщуються мережею по доступних каналах, незалежно один від одного, та збираються в кінцевій точці. Пізніше, розвиваючи ідеї Пола Берана, англієць Дональд Девіс, який паралельно працював над подібною архітектурою, назвав даний розподіл та збирання інформації пакетною комутацією [1]. Архітектурний принцип, розроблений Полом Бераном та покладений в основу сучасного Інтернету, вперше було застосовано в комп'ютерній мережі ARPANET, яку було розроблено за замовленням Агентства Міністерства оборони США з перспективних оборонних дослідницьких проектів (DAPRA) у 1969 р., як надійну комп'ютерну систему передачі інформації та здійснення зв'язку в умовах ведення ядерної війни та дезорганізованості [2; 3, с. 5].

Протягом 70-х років ARPANET використовувався здебільшого для пересилання електронних листів та не міг легко взаємодіяти з іншими мережами, які почали з'являтися, з-за невідповідності технічних стандартів. Наприкінці десятиліття почали з'являтися протоколи передачі даних на основі розробки пакетної комутації Дональда Девіса, які у 1982-1983 рр. були стандартизовані. Це дозволило американському досліднику Джону Постелу перевести ARPANET з протоколу NCP на TCP/IP. У тому ж році вперше з'явилась назва «інтернет», яка стала синонімом ARPANET.

У 1984 році Національним науковим фондом США (NSF) була створена міжуніверситетська мережа NSFNet, яка складалась з менших мереж та мала набагато більшу пропускну спроможність порівняно з ARPANET. Саме NSFNet з часом трансформувалась у сучасний Інтернет, який став загальнодоступним з 1991 року.

Саме на початку 1990-х років вперше з'явився інтернет-маркетинг, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари [4, с. 214].

З 2010 року з розвитком мобільних технологій починається ера цифрового маркетингу, особливістю якого є, з урахуванням у тому числі усіх переваг інтернет-маркетингу та нових можливостей мобільної аналітики, можливість застосування концепції омніканальності у комунікації та продажах.

Основна перевага застосування омніканальності полягає у тому, що канали комунікацій та продажів пов'язані між собою та доповнюють один одного, що робить процес переходу споживача з одного каналу до іншого «безшовним», тобто непомітним для нього, що полегшує споживче сприйняття при використанні усіх каналів як окремо, так і в комплексі [5, с. 23].

Ще однією перевагою застосування омніканальності є можливість збору детальних даних про споживачів з усіх каналів продажів та комунікації, що дає розуміння маркетологам, як вони працюють та пропонувати персоналізовані пропозиції споживачам з урахуванням їх запитів та поведінки.

Омніканальність доцільно використовувати, якщо будуть розроблені ефектні вербальні та візуальні ідентифікатори бренду, що надасть споживачам унікальні та релевантні цінності. Таким чином, використання цифрового маркетингу буде найбільш ефективним для підприємства, якщо воно буде представлене та розвиватиметься саме як бренд.

Список використаних джерел

1. Пол Бэран [Електронний ресурс] / Grodno by online. – Режим доступу: http://www.grodno.by/grodno/history/biblio/paul_baran.html.
2. История Интернета [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/История_Интернета.
3. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник [Текст] / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
4. Шпилик С. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства [Текст] / С. Шпилик // Галицький економічний вісник. – № 2(49), 2015. – С. 212-223.
5. Yankovets T. Innovations and digital marketing: current trends of development [Text] / T. Yankovets, M. Vyshnevskaya // European Journal of Economics and Management. – Volume 5. – Issue 4. – 2019. – P. 21–27.

Яцюк Д.В.,

к.е.н., доцент кафедри журналістики та реклами КНТЕУ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Не секрет, що мережа користувачів інтернету щороку зростає і у 2019 р. вже сягнула близько 5 млрд осіб, з них активними учасниками соціальних мереж є майже 4 млрд осіб.

Facebook є найефективнішою платформою соціальних медіа, так вважають 67% рекламодавців. На даний момент Facebook важлива частина будь-якої ефективної маркетингової стратегії. Був час, коли бренди могли органічно завойовувати покупців, але ця епоха закінчилася. Сьогодні лише від 10 до 20% органічного охоплення з цільовою аудиторією забезпечує платформа Facebook, за інші 80-90% охоплення необхідно платити.

Розглянемо наступну статистику:

- У Facebook – 7 мільйонів рекламодавців;
- Середня ціна за клік у Facebook – 1,72 дол. США;
- Потенційний обсяг реклами у Facebook – 1,9 млрд. дол. США.

Тренд №1: витрати на рекламу Facebook продовжуватимуть зростати. Вартість рекламних оголошень на Facebook з кожним

роком постійно зростають, і багато рекламодавців виправдано стурбовані. Чому витрати продовжують зростати? Основна причина – попит та пропозиція. На даний момент у Facebook близько 7 мільйонів рекламодавців.

Тренд №2: штучний інтелект (AI) та доповнена реальність AR будуть використовуватися більше. Facebook вкладає значні кошти в штучний інтелект, щоб допомогти покращити ефективність реклами на платформі. Ось деякі інструменти автоматизації, які вже зараз доступні рекламодавцям: оптимізація бюджету кампанії; автоматичні місця розташування; динамічні формати рекламних оголошень; автоматичний переклад мов; оптимізація текстів.

Тренд №3: Мобільна студія реклами та мобільні ігри. 93% доходу від реклами Facebook припадає на мобільну рекламу. Найбільша різниця між мобільними і оголошеннями для персонального комп'ютера (ПК) – це структура оголошення: в оголошенні для ПК є заголовок та опис, а на мобільних – лише URL-адреса та заголовок.

Ще одна особливість для мобільних оголошень Facebook – кнопка із закликом до дії (Call To Action – CTA). Оголошення без кнопок призводять до меншої кількості потенційних клієнтів. Результати тестування показують, що відсутність кнопки CTA може збільшити вартість оголошення у 2,5 рази.

Тренд № 4: від новин Facebook до рекламних історій Facebook.

Після того, як більше десятиліття Facebook News був синонімом самої платформи, Facebook змінює фокус в сторону Stories.

Коли Facebook вперше запустив Stories, багато людей не бачили в цьому сенсу. Адже для цього були Snapchat та Instagram. Але цифри свідчать: 500 мільйонів користувачів щодня використовують цю функцією. Facebook Stories – це фотографії, відео та публікації на весь екран, які доступні лише протягом 24 годин. Фотографії відтворюються протягом п'яти секунд, і підтримується 20 секундні відео. Живі відео зникають після того, як припиняється мовлення. А коментарі та лайки видно лише на афіші.

Бренди повинні відмовитися від думки, що їхні рекламні матеріали Stories повинні мати високу цінність, щоб бути ефективними.

Facebook також пропонує стікери для опитування Stories Ads, які створюють інтерактивний досвід для користувачів та сприяють підвищенню залучення аудиторії. Дослідження свідчать, що 20% людей, які переглянули рекламу, проголосували в опитуванні, а

вартість перегляду відео з наклейкою для голосування проти реклами була на 20% нижчою.

Тренд №5: відео й надалі буде найефективнішим форматом реклами.

Щодня у Facebook переглядають близько 8 млрд відео. Більшість цих переглядів трапляються на мобільних пристроях. Найголовніше, що потрібно знати про відеорекламу, це те, що 85% переглядають відео без звуку. Це означає, що потрібно включити підписи до своїх відео-матеріалів.

Отже, сучасні технології, тренди та автоматизація безупинно удосконалюються, і хоча поки невідомо як саме буде виглядати реклама у 2025 році – вона точно буде неймовірно інтерактивною.

Список використаних джерел

1. Eric Siu. 5 Facebook Ads Trends You Can't Ignore in 2020 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.singlegrain.com/facebook/facebook-ads-trends-2020/>

Наукове електронне видання

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**МАТЕРІАЛИ
XIII МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕС-ФОРУМУ**

(Київ, 12 листопада 2020 року)

Видавець і виготовлювач
Київський національний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156
Електронна пошта knute@knute.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 4620 від 03.10.2013 р.