

Література

1. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1977-12>.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.
3. *Федулова Л. І.* Проблеми розвитку трансферу технологій в Україні: системний підхід // Трансфер технологій та інновацій: Матеріали II Міжнародного форуму (Київ, 20—21 листопада 2008 р.). — К.: Міністерство освіти і науки України, Німецьке товариство технічного співробітництва, 2008. — 186—188. с.
4. *Дайновський Ю. А.* Товарна інноваційна політика: Навчальний посібник / Дайновський Ю. А. — Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. — 312 с.
5. Маркетинг інновацій і іновації в маркетингу: Монографія / За ред. д.е.н., професора С. М. Ілляшенка. — Суми: Університетська книга, 2008. — 615 с.
6. *Павленко А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О.* Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика: Монографія. — К.: КНЕУ, 2005. — 408 с.
7. *Шафалюк О. К.* Гуманістична концепція споживача в маркетингу: Монографія / О.К. Шафалюк. — К.: КНЕУ, 2008. — 200 с.

Статтю подано до редакції 22.09.09 р.

УДК 330.354

**В. О. Березюк,
С. О. Силантьєв,**

канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

У даній статті досліджено процес створення та розвитку інноваційного інкубатору на основі взаємодії соціальних мереж, розроблених із застосуванням сучасних веб-технологій. Проаналізовано світовий ринок соціальних мереж, їх функціональна частина та напрями діяльності. Представлено розробку: соціальна студентська мережа, яка є інфокомунікаційним простором для студентів, молодих учених, зацікавлених у власному професійному розвитку за напрямками наукової і освітньої діяльності університету з метою створення власних робочих місць в економіці знань і втілення інноваційних ідей.

Ключові слова: соціальні мережі, інноваційний капітал, інноваційний інкубатор.

В данной статье исследуется процесс создания и развития инновационного инкубатора на основе взаимодействия социальных сетей, созданных с применением современных веб-технологий. Проведен анализ рынка социальных сетей, их функциональная часть и направления их развития. Представлена разработка — социальная студенческая сеть, представляющая собой инфокоммуникационную среду для студентов, молодых ученых, заинтересованных в собственном профессиональном развитии по направлениям научной и учебной деятельности университета с целью создания собственных рабочих мест в экономике знаний и воплощения инновационных идей.

Ключевые слова: социальные сети, инновационный капитал, инновационный инкубатор.

In this article on the bases of social net with using web-technologies the innovation incubator creating and development process are researched. The analyses of social net market, their functionality and ways of development are presented. Social student net as info-communication net for students, young scientists with motivation in own professional development in science and teaching university activity for the goal of creating own work places in knowledge economy and innovation idea realization are presented.

Keywords: social networks, innovation capital, innovation incubator.

Для розвитку України як прогресуючої держави альтернативи інноваційному шляху не існує. У провідних країнах світу відпрацьовані і ефективно функціонують системи виявлення інновацій за різними напрямками економічного розвитку, створюються консалтингові організації, фонди, наукові кластери з питань пошуку інноваційних ідей, методів їх подальшого впровадження та практичного використання. Продуктивно функціонують національні інноваційні системи — одне із найважливіших досягнень ХХ сторіччя [1—5]. Однією із складових національних інноваційних систем є університети — носії знань, інновацій, які розповсюджуються завдяки процесам навчання, тренінгам, створенню на основі інноваційних знань технологій для внутрішнього ринку. Наприклад, університети США з 2002 року отримують понад 1 млрд дол. роялті за патенти, на основі яких створені ринкові продукти з щорічним зростанням 9 %; кількість патентів та торговельних марок з 2006 року щорічно перевищує 4500, у той час, коли у 80-х роках минулого сторіччя їх було не більше 250; більше 75 % інноваційних компаній створюється на основі па-

тентів провідних університетів; сукупний інтелектуальний капітал США за різними оцінками складає від 5,5 до 12,5 трлн доларів.

Окремі питання щодо стратегії розвитку, організації функціонування та продуктивності національної інноваційної системи досліджувалися в працях В. С. Білецького, К. О. Ващенко, З. С. Варналія, В. Є. Воротіна, В. М. Гейця, Б. Є. Кваснюка, Е. М. Лібанової, В. П. Семиноженка, І. Р. Юхновського та ін. Здебільшого вони стосуються стратегічних проблем розбудови національної інноваційної системи, оцінювання продуктивності її функціонування, створення моделей регіонального інноваційного розвитку, консолідації суспільства у напрямку прискореного економічного зростання, теоретичного обґрунтування послідовних етапів розбудови інноваційної системи, обґрунтування впливу економічної політики на інноваційний розвиток країни.

Мета статті — дослідити сучасні технологічні можливості щодо розробки інфокомунікаційного середовища збору і опрацювання інформації інноваційного спрямування та можливості розбудови повнофункціонального інноваційного інкубатору із соціальних мереж, створених на основі веб-платформ.

Головним спрямуванням соціальних мереж є розбудова інфокомунікаційного середовища в глобальному Інтернеті для людей, зацікавлених спільними інтересами в різних предметних областях діяльності з визначенням та досягненням загальної корпоративної мети. Взаємодія учасників соціальної мережі відбувається шляхом інформаційного обміну, проведенням спільних відео конференцій і інших заходів у напрямку вирішення проблемних задач, результатом яких є колективне створення наукової продукції, технологій, систем, сервісів з потенційними ознаками інновацій [5—8]. У такий спосіб, наприкінці ХХ сторіччя сформувалася нова економіка — інформаційна.

Перші цеглини у фундамент інформаційної економіки заклад американський сайт Classmates.com, який відкрився у 1995 році, з пропозиціями відшукати своїх однокласників та старих друзів за допомогою спеціальних веб-сервісів. Через десять років, у 2005 році, шалений успіх MySpace.com призвів до швидкого розповсюдження соціальних мереж та збільшення їх популярності серед користувачів різних сфер фундаментальних і прикладних інтересів [7]. Аналізуючи світовий ринок соціальних мереж слід відзначити деякі із найбільш вдалих і популярних, які вже сьогодні є інформаційними ресурсами з суттєвим впливом на загальноекономічний потенціал країн, що їх використовують, зав-

дяки накопиченому інтелектуальному потенціалу у вигляді інформаційних контентів, адекватних корпоративних систем менеджменту, наявних продуктивних команд розробників, створених технологій і продуктів не нижче п'ятого економічного укладу, що постійно удосконалюються, і реальною можливістю розв'язання складних економічних та інших проблем за лічені години, завдяки швидкісному обміну інформацією у мережі Інтернет:

- LinkedIn (www.linkedin.com) — бізнес-орієнтована соціальна система для пошуку спеціалістів та професіоналів. В основу функціональної частини проекту покладено можливості обміну інформацією на рівні груп, які, в свою чергу, представляють аналіз новин, проводять обговорення, здійснюють проведення актуальних досліджень, оголошують про події та відгуки на них. За даними компанії CareerBuilder станом на 12 вересня 2009 року, 26 % співробітників на різні посади провідних компаній, менеджери з управління персоналом знаходять саме через LinkedIn.

- Facebook (www.facebook.com) — найпопулярніша соціальна мережа світу. Кожен користувач у цій мережі має окрему персональну сторінку з детальною інформацією про себе: контактною інформацією, друзів, фото, майбутні події та зустрічі, участь у групах, повідомлення між іншими учасниками. Facebook на початку свого створення — це мережа для пошуку студентів коледжів з певним розподілом за класами та групами учасників. Зараз ця мережа обміну інформацією набула загально фундаментального спрямування, де розгортаються наукові диспути з різних наукових напрямків. Окремої уваги заслуговує статистична інформація компанії MarketWatch: майже 30 % пошуку нових кадрів компаній проходить через цю мережу.

- Twitter (www.twitter.com) — мережа мікроблогінгу, яка надає можливість користувачеві відправляти короткі повідомлення, використовуючи веб-інтерфейс. В існуючому інформаційному суспільстві *твітінг* використовується для швидкого отримання корисної інформації з різних джерел, ними можуть бути бізнес-середовища, корпоративні, наукові та інші ресурси.

- MySpace (www.myspace.com) — міжнародна веб-платформа, що пропонує діалогову, орієнтовану на користувача мережу друзів, особистих профілів, блогів, груп, фото, музики і відео.

- Блогові системи (www.blogger.com, www.livejournal.com) — веб-сервіси для ведення власних або колективних блогів. Автор має власну персональну сторінку, може групувати інформацію за рубриками та даними. Активна блогова Інтернет-діяльність по-

чинається з 1999 року, в Україні широкого розвитку *блогінг* набуває з 2007 року.

Спираючись на дослідження компанії CareerBuilder, у 2008 році 22 % менеджерів проводили пошук кадрів через соціальні мережі. В липні 2009 року цей показник виріс до 49 %, тобто використання соціальних мереж стає невід'ємною частиною пошуку нових співробітників компаній.

З метою вирішення сьогоденних проблем розвитку інноваційного потенціалу нашої країни, на основі світового досвіду ефективно функціонуючих соціальних мереж, запропоновано підхід щодо принципово нового теоретичного і практичного бачення інноваційного розвитку, який реалізований у розробці соціальної мережі «Іннов» — www.innov.in.ua. Інноваційний інкубатор — це веб-платформа для об'єднання прогресивної та інноваційної української молоді, створення команд розробників інноваційних сервісів, продуктів не нижче п'ятого економічного укладу, забезпечення розвитку команд розробників до наукових кластерів, створення систем менеджменту інноваційним капіталом, що формується у цій мережі, відпрацювання механізмів комерціалізації та трансферу інноваційних технологій. В основу соціальної мережі «Іннов» покладено технологічні можливості ведення власних записів (блогів) різних наукових та практичних напрямків, у яких зацікавлений автор [9].

Сфери діяльності соціальної мережі «Іннов» є наступними:

- розробка та підтримка проектів інноваційного спрямування, цілеспрямованих на потреби внутрішнього ринку, від обговорення до практичної реалізації;

- обмін ідеями, пропозиціями, досвідом, методами створення публікацій у мережі і активні коментарі робіт інших учасників;

- створення науково-дослідницьких колективів із учасників соціальної мережі;

- формування системи створення інновацій з результатом, націленим на потреби внутрішнього ринку;

- відпрацювання механізмів комерціалізації та трансферу інноваційних технологій, які є результатами діяльності команд розробників мережі;

- організація зустрічей та онлайн-конференцій за актуальними напрямками наукової і освітньої діяльності учасників мережі, інноваційного інкубатору з залученням провідних науковців, фахівців, лідерів національних і світових компаній.

Функціональна частина мережі «Іннов» дозволяє учасникам швидко та якісно обмінюватись інформацією в режимі реально-

го часу шляхом написання публікацій з висвітленням нових ідей, описом власних думок щодо вирішення окремих завдань та актуальних проблем національної економіки. Реєстрація в мережі відбувається за запрошенням. Для його отримання електронною поштою необхідно надіслати лист з кількома словами про себе та сферу своїх інтересів і конкретних проблем, які потрібно вирішувати. Саме у такий спосіб об'єднуються учасники мережі за інтересами, команди дослідників, розробників, що мають формувати якісний контент за актуальними напрямками діяльності. Після підтвердження реєстрації нового учасника мережі йому надається можливість створювати власні рубрики, публікації, давати коментарі та ставити рейтинг інших публікацій.

Повний інформаційний контент мережі структурується за тематиками та рубриками, які може створювати та модерувати кожен з учасників. Окремим елементом для зручного пошуку інформації є міткове поле, за допомогою якого можна швидко та ясно відкрити найпопулярніші теми та записи інших учасників. Додатковими можливостями, які полегшують процес роботи з інформацією, є наступні: голосування, створення підрубрик, поділ публікацій за командними та власними напрямками, завантаження зображень, перегляд та пошук останніх коментарів.

Враховуючи сучасні світові тенденції у розвитку інформаційних технологій, у мережі Інтернет все більше професіоналів кожного сегменту наукових та практичних знань об'єднуються в соціальних мережах з метою оцінювання, обговорення ідей, розробок, аналізу та створення нових знань, які формують нову економіку знань. Використовуючи соціальну мережу «Іннов», студент чи викладач може поділитись широтою своїх знань та умінь, обговорити цікаві прогресивні моделі розвитку, презентувати себе як фахівця [3]. Соціальна мережа «Іннов» в Україні, має значні перспективи у започаткуванні створення системи менеджменту інноваційним капіталом закладів вищої освіти починаючи від об'єднання команд дослідників та розробників, формування актуальних проблем національної економіки, розповсюдження інноваційних підходів для їх вирішення зацікавленими в продуктивній праці студентами, науковцями, викладачами і професорами університетів, які розуміють сьогоденні проблеми, намагаються їх вирішити, застосовуючи власні оригінальні методи та мають бажання реалізувати їх в інноваційних продуктах п'ятого економічного укладу в інтересах зростання економіки країни.

Література

1. *Юхновський І. Р.* Стратегія розвитку України. — К.: МАКР, 2006. — 44 с.
2. *Геєць В. М.* Нестабільність та економічне зростання / НАН України. Ін-т економічного прогнозування. — К., 2000. — 344 с.
3. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К. О. Ващенко, З. С. Варналій, В. С. Воротін, В. М. Геєць, Е. М. Лібанова та ін. — К.: Держкомпідприємництва, 2008. — 226 с.
4. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко. — К.: Знання України, 2002. — 336 с.
5. *Силантьєв С. О.* Національна інноваційна система, становлення та перспективи розвитку // Наук. зб. КНЕУ «Економіка та підприємництво» № 21. — К.: КНЕУ, 2008. — С. 129—137.
6. www.CareerBuilder.com. Global leader in human capital solutions
7. www.MarketWatch.com. The site is a leading innovator in business news www.slideshare.net/Infosys. *Chandra Shekhar Kakal*. «Innovation Through Collaboration»
8. www.innov.in.ua. Інноваційний інкубатор.

Статтю подано до редакції 11.09.09 р.

УДК 346.545/546

О. П. Сергєєв,

здобувач,

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ

В статті розглянуто теоретичні засади та особливості формування конкурентоспроможності продукції. Досліджено та проаналізовано вплив основних базових чинників, що визначають рівень конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість, ціна, ліквідність продукції.

В статье рассматриваются теоретические принципы и особенности формирования конкурентоспособности продукции. Исследовано и проанализировано влияние основных базисных факторов, которые определяют уровень конкурентоспособности продукции.