

Таким чином, досягнення конкурентних переваг підприємством в умовах динамічно мінливої політично-економічної ситуації, можливе за впровадження інновацій. При цьому довгостроковий розвиток підприємства має базуватися на розробленій стратегії, що заснована на інноваційних напрямках.

Література

1. Юрчук Н. П. Інноваційно-інвестиційна діяльність як основа реалізації концентрації сталого розвитку економіки України/ Н.П. Юрчук, В. Ю. Вовк, Р.П. Топіна // Агросвіт. – 2019. – № 3. – С. 53-61.
2. Равлик Н. В. Поняття інновацій та їх роль у розвитку підприємства / Н.В. Равлик // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 4. – С. 215-219.
3. Ким Ч., Моборн Р. Стратегия голубого океана. – М., 2005. – 272 с
4. Мазаракі А. Інновації як джерело стратегічних конкурентних переваг / Мазаракі А., Мельник Т. // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 2. – С. 5-17.
5. Ямненко Г.Є. Інноваційні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств / Г.Є. Ямненко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2015. – № 1(1). – С. 100-106.

УДК: 334.021

Вікторія Яцина

к.е.н., доцент, доцент кафедри загальної економічної теорії

НТУ «ХПІ»,

vitayatsina@gmail.com

Тетяна Кочетова

доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів

НТУ «ХПІ»

kocheti.tat@gmail.com

БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

BUSINESS INCUBATORS AS A TOOL OF INNOVATIVE SUPPORT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS

Анотація. Стаття присвячена дослідженню сутності бізнес-інкубаторів та моделей їх функціонування. Проаналізовано цінність бізнес-інкубаторів як сучасного інструменту підтримки малого та середнього бізнесу та прискорення інноваційного розвитку країни. Визначено основні перешкоди щодо впровадження процесів бізнес інкубування в економічний простір України та обґрунтовано шляхи щодо їх подолання.

Аннотация. Статья посвящена исследованию сущности бизнес-инкубаторов и моделей их функционирования. Проанализирована ценность бизнес-инкубаторов как современного инструмента поддержки малого и среднего бизнеса и ускорения инновационного развития страны. Определены основные препятствия по внедрению процессов бизнес инкубирования в экономическое пространство Украины и обоснованы пути их преодоления.

Abstract. The article is devoted to the study of business incubators essence and models of their functioning. The value of business incubators as a modern tool for supporting small and medium-sized businesses and accelerating the country's innovative development has been analyzed. The main obstacles to the introduction of business incubation processes in the economic space of Ukraine have been identified and the ways to overcome them have been substantiated.

Сучасні світові виклики та потрясіння, на жаль, вкрай негативно відображаються на економічних процесах та функціонуванні господарських товариств в цілому. Внаслідок цього сформовані реалії вимагають посилення заходів щодо сприяння підприємництву шляхом інвестування та державної підтримки бізнес-інкубаторів як надійних стимуляторів швидкозростаючих стартапів. Досвід зарубіжних країн переконливо свідчить про те, що підприємства, які започатковані у бізнес-інкубаторах є набагато успішнішими від підприємств, що народжені поза їх межами [1].

Метою дослідження є аналіз сутності бізнес-інкубування та виявлення ключових перешкод щодо впровадження цієї бізнес моделі в економічний простір України.

На сьогоднішній день існує достатня кількість дефініцій категорії бізнес-інкубатор. В загальному розумінні під бізнес-інкубатором розуміють широке коло організацій, що допомагають підприємцям впроваджувати та розвивати власні ідеї та стартапи.

В чому ж полягає цінність бізнес-інкубаторів? Вони дають змогу поєднати підприємницький дух стартапів з ресурсами, які зазвичай недоступні для нових підприємств. До таких ресурсів належать, наприклад, мережеві сервіси, офісні приміщення та обладнання, навчальні програми, консалтинг та інші важливі послуги. До того ж, бізнес-інкубатори посилюють ділову активність підприємців, шляхом проведення тренінгів, семінарів, що розвивають ділові навички та забезпечують логістикою та фінансовою підтримкою.

Аналіз економічної літератури, що висвітлює розвиток бізнес-інкубування у різних країнах світу показав, що найбільший вдалий досвід впровадження цієї моделі допомоги бізнесу демонструють розвинені країни. Так, першим бізнес-інкубатором прийнято вважати Batavia Industrial Center, що був заснований Джозефом Манкусо в Америці у 1959 році з метою створення додаткових робочих місць. На сьогоднішній день кількість бізнес-інкубаторів у світі варіюється близько 2000 одиниць. Така популярність свідчить про вдалий досвід та ефективність цієї бізнес моделі. Найчастіше бізнес інкубатори розглядають з точки зору двох аспектів: ступінь підтримки бізнесу та технологічний рівень. В залежності від інтенсивності впливу цих параметрів бізнес-моделі інкубаторів розподіляють наступним чином (рис.1):

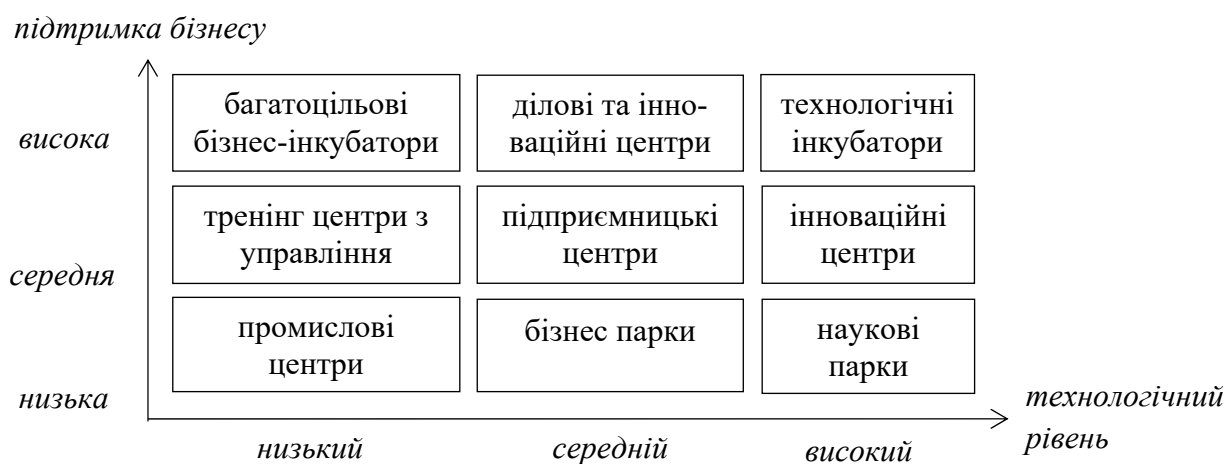


Рис. 1 – Моделі бізнес-інкубаторів (складено на підставі [3])

Розвиток бізнес-інкубаторів в Україні носить несистемний характер, що пояснюється необачливим копіюванням успішних моделей закордонних аналогів без врахування сучасних умов ведення бізнесу в країні. До основних перешкод на шляху активного впровадження бізнес-інкубаторів в Україні можна віднести наступні фактори:

- недостатня державна фінансова підтримка бізнес-інкубаторів;
- відсутність у бізнес-інкубаторів чіткого механізму стимулювання інноваційної активності підприємств та трансферу інвестицій в промисловість;
- недовіра підприємців до бізнес-інкубаторів;

- невідповідність бізнес-інкубаторів сучасному рівню та потребам економічного розвитку;
- низький рівень ділової активності та недостатність знань у сфері ведення бізнесу.

Для подолання наведених перешкод потрібне докорінне реформування системи бізнес-відносин та венчурного фінансування. Мі згодні з [2, с. 205], що поєднання зусиль науковців, що генерують підприємницькі ідеї і мають фінансову підтримку з боку держави та бізнес-інкубаторів, які зможуть тестувати на практиці дослідницькі ідеї в якості своєрідного полігону призведуть до синергетичного ефекту в економічній системі країни.

Література

1. Кожевіна Н., Яремій В. Аналітичний матеріал «Бізнес-інкубація в Україні – проблеми та перспективи розвитку» [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу : www.novekolo.info/ua/dosvid-biznesinkubatsii/ukrajinskij-dosvid/146-analitichnij-materil-biznes-inkubatsiya-v-ukrajini-problemi-ta-perspektivi-rozvitku
2. Савченко В. Ф. Бізнес-інкубатори як інструмент державної підтримки розвитку малого підприємництва / В. Ф. Савченко, М. Г. Долгополов // Науковий вісник Полісся № 4 (8), ч. 2, 2016. С. 202 – 207.
3. Dee, N., Gill, D., Lacher R., Livesey, F., Minshall, T. (2012). A Review of Research on the Role and Effectiveness of Business Incubation for High-growth Start-Ups. Institute of Manufacturing. University of Cambridge.

UDC: 339.138: 658.8.012.12

Olena Bilovodska

*D.Sc. (Economics), Associate Professor,
Department of Economic Cybernetics and Marketing,
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
alenabel79@gmail.com*

ЕКО-СПРЯМОВАНЕ ІННОВАЦІЙНЕ ПАКУВАННЯ У ТОРГІВЕЛЬНІЙ ЛОГІСТИЦІ

ECO-FRIENDLY INNOVATIVE PACKAGING IN TRADE LOGISTICS

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ИННОВАЦИОННАЯ УПАКОВКА В ТОРГОВОЙ ЛОГИСТИКЕ

Abstract. Packaging makes transportation of the product easier, as well as product movement in the market and also helps with the understanding and acceptance of the innovative product and its manufacturer by consumers, helps to create the impression. In terms of product promotion, packaging is an effective method of promoting a product that facilitates its sale without any change in qualities. So, the scientific and practical approach to the development of eco-friendly packaging is formed, the approach is based on the results of the marketing research.

Аннотация. Упаковка облегчает транспортировку продукта, а также перемещение продукта на рынке, помогает понять и принять новый продукт, его производителя потребителями, помогает создать впечатление. С точки зрения продвижения товара, упаковка – это эффективный метод продвижения товара, который облегчает его продажу без каких-либо изменений в качестве. Поэтому в работе сформирован научно-практический подход к разработке эко-упаковки, который основан на результатах маркетингового исследования.

Анотація. Упаковка полегшує транспортування товару, а також рух товару на ринку, допомагає зрозуміти та прийняти новий товар, його виробника споживачами, допомагає створити враження. З точки зору просування товару, упаковка – це ефективний метод просування товару, який сприяє його продажу без будь-яких змін у якості. Отже, в роботі сформовано науково-практичний підхід до розробки екологічно чистої упаковки, підхід базується на результатах маркетингового дослідження.