

JEL: I25, O31

БІЛОШАПКА Вікторія,

к.е.н., доцент, КНЕУ імені Вадима Гетьмана,
Україна,

ORCID 0000-0002-0398-4418

e-mail:2docent@ukr.net

Victoriia BILOSHAPKA

Ph. D., Associate Professor, Kyiv National
Economic University
named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine
ORCID 0000-0002-0398-4418

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗАЛУЧЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

VALUE ORIENTATIONS AS A DETERMINANT OF STUDENT ENGAGEMENT IN INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

Анотація: Розкриваються основні аспекти процесу залучення студентів до інноваційного підприємництва. Підкреслено важливість ціннісних орієнтацій студента, пов'язаних з рівнем усвідомлення і прийняття інноваційної діяльності. Наголошено на необхідності консультативного і організаційного супроводу залучення студентів до інноваційного підприємництва.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, нововведення, ціннісні орієнтації, компетенції, людський ресурс

Abstract: The main aspects of the process of involving students in innovative entrepreneurship are revealed. The importance of the student's value orientations related to the level of awareness and acceptance of innovative activities is emphasized. The need for advisory and organizational support for the involvement of students in innovative entrepreneurship is emphasized.

Keywords: innovative entrepreneurship, innovations, value orientations, competencies, human resources

Впродовж останніх десятиліть інноваційне підприємництво набуло особливого значення в економічному розвитку більшості країн світу. Як показує світовий досвід, саме цей сегмент бізнесу є генератором значної частки інновацій в економіці. Інноваційний бізнес швидко зростає, що вимагає відповідних фінансово-економічних, інституційних, організаційних та інших умов. Але головне для інноваційного підприємництва – це все ж таки постать самого підприємця-інноватора, його особиста мотивація, енергія та активність, а також компетентність та креативність. Отже, актуалізується питання про залучення до інноваційного підприємництва талановитих, освічених та енергійних студентів та визначення їх ціннісних орієнтацій. По факту, існуюча система залучення студентів до інноваційного підприємництва передбачає послідовний перехід від навчання до реалізації власного інноваційного проекту в межах спеціальних програм. Але більшість студентів у принципі залишаються осторонь цього. Також спостерігається тенденція тяжіння студентів до роботи у закордонних компаніях. Отже, для найперспективніших студентів із найбільшим ресурсним та (або) інтелектуальним потенціалом характерна орієнтація на закордонних роботодавців. Тобто, найкраща частина молоді прагне працювати, по суті, на інші країни. Низька зацікавленість студентів у інноваційному підприємстві формує серйозну проблему – обмеженість головного для інноваційного бізнесу людського ресурсу.

Актуальність теми інноваційного підприємництва та залучення людського ресурсу підтверджується численними науковими дослідженнями. Так, А. Дахлstrand вказує на існування «інноваційних підприємницьких фірм», які засновують свою діяльність на нововведеннях та швидко розширюються [1, с.8]. Добре відома позиція Б. Кірхгоффа, який виділяє сегмент «амбітних» та «гламурних» фірм, що відрізняються високим рівнем витрат на дослідження, розробки та інновації [2, с.19]. П. Ваасдорп вважає, що більшість підприємців – це «підприємці способу життя», які прагнуть лише незалежності та прийняттого доходу. Навпаки, інноваційне підприємництво відрізняється вищими темпами зростання та продуктивністю праці за рахунок власної інноваційної діяльності [3, с.30].

Навчання інноваційному підприємництву можна вважати необхідною умовою залучення до нього. Вважаємо, що у підприємстві є ті елементи, яким можна навчитися у ВНЗ, й ті, яким навчитися не можна. Але й набуття відповідних компетенцій не є достатнім мотивом до участі в інноваційному підприємстві. Тут на перший план виходять ціннісні орієнтації студента, пов'язані, насамперед, з високим рівнем усвідомлення і прийняття інноваційної діяльності. Ми їх розподіляємо на 3 групи. До першої включаємо цінності, які стосуються можливості самоствердження в суспільстві і найближчому соціальному оточенні. До цієї групи слід віднести, наприклад, визнання соціальної важливості інноваційної діяльності або престиж відповідної професії. Другу групу цінностей становить необхідність систематичного задоволення потреби в спілкуванні з колегами або тими, на кого орієнтована взаємодія. Третю групу складають орієнтації на самоствердження в професії і спрямованість на кар'єрне зростання.

Дійсно, участь молодих людей у інноваційному підприємстві формує на прагматичній основі навички вербального соціального спілкування. І це є вкрай важливим в умовах переміщення останнім часом навчального процесу значною мірою у «віртуальну сферу» через розвиток дистанційних форм навчання. Для інноваційного підприємства найбільшою мірою важливі студенти, які навчаються на технічних та економічних спеціальностях, оскільки саме в цих галузях генерується значний відсоток інноваційних ідей, комерціалізація яких сприяє прогресу. І якщо для традиційного бізнесу система мотивування у своїй більшості виражається формулою «незалежність та фінансове благополуччя», то залучення студентів до інноваційного підприємства передбачає вироблення складнішої та дієвішої структури мотивів, що ґрунтується на актуалізації пріоритетів та життєвих устремлень сучасної молоді.

Потрібні спеціальні заходи поза навчальним процесом, покликані познайомити студентів з інноваційним підприємством і підприємцями, змусити задуматися про власний інноваційний проект. Поширеними видами таких заходів є зустрічі із підприємцями, ділові ігри, тренінги, майстер-класи, конкурси інноваційних проектів. Їх можна вважати важливим кроком інтеграції студентів до сучасного інноваційного підприємства. Завдяки цьому студенти отримують можливість ознайомитись з реальними прикладами інноваційного

підприємництва, отримати й закріпити необхідні компетенції. Тут з'являється і зміцнюється бажання займатися інноваційним підприємництвом під впливом особистого прикладу і досягнень. Однак у спеціалізованих заходах є два ключові обмеження. Перше – вони слабо диференційовані з огляду на тип підприємницької діяльності, і не спеціалізовані, зазвичай, у сфері інноваційного підприємництва. Друге – слабка зацікавленість студентів до участі у заходах.

Більш активне залучення студентів до інноваційного підприємництва спирається, насамперед, на об'єктивну інформацію, доказові наукові знання про ситуацію, що дозволяють приймати вірні рішення. В даний час ситуація виглядає так: механічно реалізується комплекс усталених заходів без належної оцінки їх ефективності, результативності, а систематичний моніторинг ставлення студентів до інноваційного підприємництва в принципі не здійснюється. Це змушує діяти «наосліп», без об'єктивної інформації про довкілля та результати своїх дій. Навіть у суто академічних дослідженнях поки що не приділено належної уваги цій проблемі.

Залучення студентів до інноваційного підприємництва ведеться переважно шляхом спроб та помилок без належного науково-аналітичного обґрунтування. Тим часом потрібно відштовхуватися від мотивів і цінностей самих студентів. Недостатньо просто знати, що студенти хотіли б працювати у тих чи інших організаціях. Потрібно розуміти, які мотиви та стимули рухають молодими людьми в межах їхнього вибору. Залучити студента до інноваційного підприємництва у принципі складніше ніж до традиційного. Тут недостатньо позитивних прикладів, демонстрації успішного досвіду недавніх випускників, кількох тренінгів чи ділових ігор. Потрібний серйозніший консультативний, організаційний супровід, допомога у формуванні контактів з інвесторами.

Оскільки інноваційне підприємництво рідко реалізується єдиним підприємцем поодиночці із залученням лише найманих працівників, важливим є формування соціальних зв'язків серед самих студентів. Також слід враховувати, що для інноваційного підприємництва характерний високий рівень залучення багатьох співробітників. Про успішне залучення студентів до інноваційного підприємництва цілком можна говорити у разі результативної трудової діяльності в організаціях, які продукують інновації. Саме тому найважливішим інструментом інтеграції студентів до інноваційної підприємницької діяльності слід вважати проходження практики, стажувань, виконання проектів у відповідних організаціях. Закордонний досвід показує, що значна частина найманих працівників інноваційного бізнесу згодом перетворюється на категорію самостійних підприємців. Таким чином, при працевлаштуванні студентів в інноваційні підприємницькі структури спрацьовують цільові установки і реалізуються важливі особисті ціннісні орієнтири.

Література

1. Dahlstrand A. Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context / Dahlstrand A.,

References

1. Dahlstrand A. Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context / Dahlstrand A.,

Stevenson L. // Annals of Innovation & Entrepreneurship. – 2010. – №1. – P. 6–14.

2. Kirchoff B. Entrepreneurship and dynamic capitalism: The economics of firm formation and growth/ Kirchoff B.–Westport: Praeger Publishers,1994.– 240 p.

3. Waasdorp P. Innovative entrepreneurship: A Dutch policy perspective / Waasdorp P.//Entrepreneurship in the Netherlands: Innovative entrepreneurship. New policy challenges / Waasdorp P.. – Hague: EIM Business and Policy Research and Ministry of Economic Affairs, 2002. – С. 27–42.

Stevenson L. // Annals of Innovation & Entrepreneurship. – 2010. – №1. – P. 6–14.

2. Kirchoff B. Entrepreneurship and dynamic capitalism: The economics of firm formation and growth/ Kirchoff B.–Westport: Praeger Publishers,1994.– 240 p.

3. Waasdorp P. Innovative entrepreneurship: A Dutch policy perspective / Waasdorp P.//Entrepreneurship in the Netherlands: Innovative entrepreneurship. New policy challenges / Waasdorp P.. – Hague: EIM Business and Policy Research and Ministry of Economic Affairs, 2002. – S. 27–42.

JEL G21

БРЕГЕДА Олена

К.е.н, доцент кафедри банківської справи та страхування, КНЕУ імені Вадима Гетьмана Україна

ORCID 0000-0003-1361-2500

olenakneu@gmail.com

Olena BREHEDA

Phd Diploma, Associate Professor of Banking and Insurance Department
Kyiv National University of Economics named after V.Getman

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА БАНКІВСЬКИЙ БІЗНЕС

Анотація: В роботі розглянуті основні напрямки впливу інновацій на банківський бізнес зокрема створення цифрових валют центральних банків, удосконалення безготівкових розрахунків, запровадження нових послуг, проаналізована ситуація в різних країнах та перспективи подальших змін.

Ключові слова: цифрові валюти, електронні гроші, крипто валюти, cashless, банки

IMPACT OF INNOVATIONS ON BANKING

Abstract: The work examines the main directions of the influence of innovations on the Banking, in particular, the creation of digital currencies of central banks, improvement of cashless payment introduction of new services, the situation in different countries and the prospects for further changes are analyzed.

Keywords: digital currencies, electronic money, crypto currencies, cashless, banks

В сучасному світі спостерігається активний розвиток технологій і впровадження їх в усі сфери життя. Особливо активно це спостерігається в фінансовій галузі, що призводить до нових видів діяльності, продуктів, можливостей розрахунків. Завданням нашого дослідження є окреслення напрямків впровадження інновацій, що стосуються банківської діяльності, їх оцінка та перспективи застосування.

Важливим питанням для будь-якої країни і всіх без винятку економічних суб'єктів є питання видів грошей, які можуть використовуватись в країні. Крім традиційних видів грошей як готівкові так і безготівкові все більшої популярності набувають так звані цифрові гроші.