

не дає можливості ні об'єктивно оцінити показники компанії, ні отримати професійну оцінку вкладів.

Порівняно з фінансовими посередниками, краудінвестинг характеризується більшою гнучкістю й може містити експерименти за напрямками діяльності та проектами. У порівнянні з державними установами проекти краудінвестинг мають такі переваги, як швидкість виділення коштів (термін збору коштів чітко визначений), прозорість інформації щодо проекту, підзвітність і відповідальність перед спільнотою.

По-друге, використання краудсорсингових технологій дозволяє виробляти і комерційні блага, і так звані локальні суспільні блага, виробленням яких у значних обсягах традиційно займалася лише держава. Зокрема, це проекти локального благоустрою, допомога певним соціальним категоріям населення тощо [4, с.5] .

Вагомою перевагою для самих підприємців є те, що буде відбуватись зменшення трансакційних витрат на організацію фінансування стартапів через меншу кількість посередників.

Завдяки краудінвестингу навіть не професійні гравці, яка не відносяться до інвестиційних фондів чи великих інвесторів можуть здійснювати купівлю частки в приватних компаніях через краудфандингові/краудінвестингові платформи. Тому більшість інвесторів мають бажання скористуватись на першій стадії виникнення стартапів, в очікуванні запрацювати на зростанні молодих компаній. Але, звичайно, існує ризик фінансових втрат, і, як зазначалось раніше, нелегко повернути власні кошти шляхом вторинного продажу акцій. Хоча деякі платформи і забезпечують інфраструктуру для повторного обороту акцій, але вони не підходять для краудінвестингових активів.

Можна впевнено заявити, що незважаючи на перепони з якими інвестори можуть зіштовхнутись при вкладанні коштів шляхом краудінвестингу, цей напрям новітнього інвестування набирає і набиратиме популярності в своїй сфері.

Існування краудфандингу та його витоків повинно бути закріплено законодавством, але, на жаль, відсутній закон, який би дозволяв залучати кошти через веб, це може розглядатись як кримінальний злочин. Тому для подальшого розвитку варто, перш за все, переглянути існуюче законодавство або створити закони, що регулюватимуть подібні види фінансування.

Також варто зазначити що в Україні є перспективи краудінвестингових та краудфандингових технологій здійснити вплив на розвиток ІТ сектору економіки, на фінансову систему. В останньому прикладі через виникнення соціального ефекту, який досягається в допомозі розвитку малого та середнього бізнесу, та високою привабливістю самого проекту розробки платформи.

Література

1. Васильчук І. Краудфандинг і краудінвестинг як фінансові інновації.//Корпоративні фінанси// Журнал «Ринок цінних паперів України» – 2013. - №11-12. – с.59-67
2. Гернего Ю.О. Краудфандинг як інструмент інноваційного розвитку економіки. – 2015.- [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/14736>
3. Журнал «Нардеп» [Електронний ресурс] / 2012. - Режим доступу до ресурсу: <http://nardepjournal.com/article/2013/95/KRAUDINVESTING-ABO-KRAUDFANDING-ChI-E-PERSPEKTIVI-ROZVITKU-V-UKRAINI>
4. Петрушенко Ю. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально- економічного розвитку / Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2014. — № 1. — С. 172—182

УДК 330.33/36

Кубарева Ірина Володимирівна
к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім.В.Гетьмана»,

СТВОРЕННЯ, ПРОСУВАННЯ ТА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

Анотація. Досліджено сутність управлінських інновацій, визначено їх особливості, проаналізовано процес створення й розробки управлінської інновації та обґрунтовано роль споживачів інновацій у цьому процесі, окреслено напрями фінансування управлінської інновації та її трансферу у бізнес-процеси компанії.

Інновації є основою успішного розвитку бізнесу. В умовах динамічних ринкових відносин, конкуренції між компаніями, власники бізнесу, аби бути успішними ринковими гравцями, мають розвивати інноваційну діяльність. Важливо, щоб інновації як процес втілення ідей щодо розвитку компанії, а також її товарів та послуг, стали в результаті затребуваними їх кінцевими споживачами. Зокрема, якісно нові товари та послуги на момент їх створення та виходу на ринки мають бути конкурентоспроможними на цільових ринках, а нові підходи до управління компанією мають бути впроваджені із вдосконаленням системи управління підприємством й відповідною мотивацією персоналу. Також, важливо, щоб нова ідея в частині її створення та реалізації була профінансованою. А питання фінансування інновацій лежить у площині довіри інвестора щодо інноваційного потенціалу компанії, а також його зацікавленості у комерціалізації інновації та отриманні матеріальної й нематеріальної вигоди від інвестування.

Важливим завданням бізнесу є розвиток інновацій, як у контексті створення товарів та послуг, так і у контексті вдосконалення процесів управління. Інновації потребують значних інвестиційних вкладень та водночас є ризиковим напрямом інвестування, в першу чергу, через ризик неможливості їх комерціалізації. Тому завданням для менеджменту є створення механізмів і підходів до фінансування інновацій та їх впровадження, які б одночасно вирішували проблеми зменшення ризиків та збільшення довіри інвестора (підвищення інвестиційної привабливості інновації) й гарантували комерціалізацію. Це стосується і управлінських інновацій – адже їх якість та успішне впровадження є запорукою та підґрунтям успіху інновацій на цільових ринках компанії.

Дослідимо сутність управлінської інновації, визначимо її особливості. Термін «інновації» має багато авторів і відповідну кількість трактувань: означає нову функцію виробництва та її нову комбінацію, що вмотивовані підприємницьким духом (Й.Шумпетер); новаторство, особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві (П.Друкер) [1]; сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, які ведуть до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і обладнання (Ф.Ніксон); процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту (Б.Твісс); впровадження будь-чого нового відносно організації чи її безпосереднього оточення, особливий випадок процесу змін в організації (К.Найт) [2].

Визначення щодо сутності управлінської інновації вказують на те, що остання розглядається авторами як нова управлінська технологія, нова система організації і управління (Ю.Галамага, В.Літинська); нові методи ведення бізнесу та організації робочих місць (О.Романчук); зміни у системі управління підприємницькою структурою (А.Асаул); винахід та впровадження практик управління, процесів, структур або технік, які є новими для існуючих практик, а також призначені для реалізації подальших цілей організації (Julian Birkinshaw, Gary Hamel) [3]. Метою управлінських інновацій більшість авторів вважають підвищення ефективності бізнесу та його конкурентоспроможності, досягнення цілей організації. Результатами управлінських інновацій автори вбачають зміни у технологіях, структурах і формах діяльності компанії, а об'єктами – методи, інформацію, організацію, репутацію тощо.

Узагальнення та систематизація підходів вчених, а також дослідження особливостей управлінської діяльності компанії, дозволяє нам визначати управлінські інновації як унікальні управлінські технології (по відношенню до існуючих систем і процесів управління в організації), які вносять зміну у систему управління компанією та її бізнес-процеси і мають на меті підвищення ефективності бізнесу та його конкурентоспроможності на цільових ринках. При цьому прямими і безпосередніми споживачами управлінських інновацій є персонал компанії, а непрямими й віддаленими споживачами є споживачі товарів і послуг на цільових ринках компанії, що створила й впровадила управлінську інновацію.

Особливостями інновації в управлінні бізнесом (виходячи із її сутності), вважаємо наступні: вносить значущі зміни у систему управління підприємством та бізнес-процеси; впливає на ринкові позиції (конкурентоспроможність) підприємства; має два типи споживачів: прямі/безпосередні – персонал підприємства, на якому вона впроваджується, а також не прямі/віддалені – користувачі товарів і послуг на цільових ринках підприємства.

Кінцевим прямим споживачем управлінської інновації є персонал компанії, а процес створення і впровадження такої інновації в компанії повинен мати свої особливості. Обумовлено це тим, що для успішного трансферу управлінської інновації у процеси управління підприємством мають бути враховані бар'єри та ризики імплементації інновації. Однією із пов'язаних з цим проблем є мотивування працівників компанії та подолання їх опору щодо впровадженні нових підходів до управління. Вважаємо, що вирішення даної проблеми знаходиться у площині визначення ролі персоналу та його залучення до співпраці на кожному етапі життєвого циклу управлінської інновації. Як сказав відомий фахівець з лідерства С. Кові: «немає участі – немає відданості». Тому важливо забезпечити участь у даному процесі для персоналу.

Враховуючи те, що ефективність інновацій в менеджменті залежить від зацікавленості їх споживачів (персоналу) у впровадженні, пропонуємо залучати персонал на протязі всього життєвого циклу управлінського нововведення (від ініціації ідеї та її розробки до впровадження й завершення) з такими ролями: експерт-творець – на етапі ініціації та обґрунтування; експерт-функціонер – на етапі розробки, експерт-споживач – на етапі впровадження та завершення. Це дозволить стимулювати персонал до розвитку інновацій в компанії та уникнути проблем опору персоналу при імплементації інновацій менеджменту у систему управління підприємством та його бізнес-процеси.

Щодо фінансування управлінських інновацій для компанії, що їх реалізує, в залежності від масштабів проекту створення інновації та його бюджету, компанія може використовувати різні джерела (власні, залучені та позикові) та способи (залучення інвесторів, створення партнерства). Вважаємо, що джерела та способи фінансування управлінських інновацій мають залежати від специфіки компанії та масштабів її інноваційної діяльності. Зокрема, для компаній із високим рівнем інноваційної активності (які повністю сфокусовані на інноваціях у менеджменті) ефективним з точки зору комерціалізації інновацій та вартості джерел фінансування може бути партнерство із потенційними споживачами управлінських інноваційних технологій. Для компаній, які ситуативно розробляють і впроваджують інновації менеджменту, найбільш доцільним є використання власних коштів.

Мірою свого розвитку компанія може переходити від ситуативної діяльності по створенню управлінських інновацій до активних системних дій. Тобто, рівень розвитку управлінських інновацій в компанії залежить і від стратегії розвитку бізнесу. Тому виникає потреба у організаційних змінах для розвитку управлінських інновацій і доцільно переглядати організаційні засади забезпечення та впровадження управлінських інновацій з метою їх вдосконалення та підвищення ефективності розвитку в компанії.

Основні завдання, які компанія має вирішувати для розвитку управлінських інновацій: адаптація організаційної структури компанії до впровадження управлінських інновацій; обґрунтування переліку та необхідності створення нових підрозділів; обґрунтування переліку та особливостей організаційних структурних одиниць та їх ролі у впровадженні управлінських інновацій (функціональні підрозділи із вузькою спеціалізацією чи проектні

організаційні структури); використання підходів та інструментів для трансферу управлінських інновацій у діяльність компаній; залучення потенційних споживачів управлінських інновацій у процес їх фінансування та створення як інструмент комерціалізації трансферу управлінських інновацій у практичну діяльність.

Забезпечення процесу створення управлінської інновації, передумов для її просування, умов для її прийняття в компанії, а також організація самого процесу трансферу управлінської інновації у діяльність компанії вимагають відповідного організаційно-управлінського забезпечення. Зокрема, це: формування необхідного корпоративного ставлення до інновацій – зміна корпоративної культури; визначення сфер діяльності компанії, які задіяні у процесі просування управлінських інновацій; організація співпраці із зацікавленими споживачами управлінських інновацій; методичне забезпечення процесу просування управлінських інновацій; створення відповідних організаційних структур.

Література.

1. Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.
2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
3. Julian Birkinshaw, Gary Hamel. Management innovation / London Business School / Academy of Management Review, 2008. – Vol. 33, No. 4. – p. 825 – 845.

УДК 330.322.16

Ляхова Олена Олександрівна
к.е.н., доцент кафедри інвестиційної діяльності
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
e-mail: lahova@ukr.net

ПРОЕКТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Анотація. У тезах досліджено можливості фінансування інноваційних проектів шляхом застосування такого механізму як проектне фінансування. Адже нові продукти, прогресивні технології й організаційні рішення підвищують фінансову стійкість підприємств та забезпечують економічне зростання національної економіки в цілому. Визначено принципи проектного фінансування для реалізації інноваційних проектів.

В сучасних економічних умовах України з метою забезпечення темпів та якості економічного зростання, конкурентоздатності продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках розвиток основних продуктивних сфер економіки має носити інноваційний характер. Тобто слід розв'язати протиріччя між необхідністю реалізації інноваційних проектів розвитку сучасних підприємств, з одного боку, та недостатнім їх фінансовим забезпеченням за мінливих сучасних економічних умов, з іншого. Про складність розв'язання такої проблеми свідчить той факт, що за офіційними даними лише 2-4% промислових підприємств здатні самостійно займатися науковими дослідженнями та розробками.

Тому побудова добре обґрунтованої системи фінансування інноваційних проектів створює підґрунтя для накопичення фінансових ресурсів та можливостей їх концентрації на ключових напрямках державної інноваційної політики. Будемо розглядати фінансування інноваційної діяльності як процес забезпечення та використання фінансових ресурсів, спрямованих на проектування, розробку та організацію виробництва нових видів продукції, на створення та запровадження нових організаційних форм та методів їх фінансового