

Hulay I. O.

Regional Institute of Public Administration

National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE SYSTEM OF FINANCIAL CONTROL AT THE ENTERPRISE

Summary

The organizational structure of enterprise and a system of financial control in the overall structure were described in this article. The necessity of improving the organizational structure of enterprise for effective enterprise adaptation to changing market environment was shown. The variant of implementation of key performance indicators what would allow maximum use of human resources of the company was proposed to used. As well as this variant will facilitate the improvement of the organizational structure of system of financial control in the enterprise.

Key words: enterprise, organizational structure, control, system of financial control, key performance indicator.

УДК 658.001.76

Некрасова Л. А.

Давиденко М. В.

Одеський національний політехнічний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ІТ-СФЕРІ

Доведено необхідність використання краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності інформаційних технологій (ІТ) в Україні. Розкрито зміст краудфандингу як краудсорсингової технології колективного фінансування інноваційної діяльності інвесторами, поєднаними соціальними мережами. Проаналізовано джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств України.

Ключові слова: краудфандинг, інноваційна діяльність, колективне фінансування, соціальні мережі, соціальні інвестиції, інформаційні технології.

Актуальність дослідження. Світовий досвід економічного розвитку свідчить, що на сучасному етапі інноваційним технологіям немає альтернативи. Інновації є на сьогоднішній день засобом зменшення витрат та часу на виробництво та збільшення прибутків. Тому основним на сьогоднішній час є пошук альтернативних джерел фінансування інноваційної діяльності. Соціальні мережі є для підприємств джерелом ресурсів інноваційної діяльності, а краудфандинг як фінансовий інструмент має багато переваг над традиційними методами фінансування інноваційних проектів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стимулювання інноваційної діяльності в Україні, у ІТ-сфері за допомогою такого джерела фінансування, як краудфандинг, досліджується дуже жваво та є предметом обговорення на різних конференціях та семінарах, темою багатьох статей. Вагомий внесок у дослідження цього питання зробили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Танскотт Д., Хау Дж., Джайлс М., Захарченко В.І., Юнус М., Петрушенко Ю.М., Дубкін О.В., Денисюк В.А., Гутарук Е., Чугреев В.Л. та інші.

Метою даної роботи є обґрунтувати використання краудфандингу як інструменту фінансування різних інноваційних проектів.

У питанні досягнення високого рівня конкурентоспроможності економіки країни, одним з вирішальних є стан інноваційного розвитку у різних сферах діяльності та лише прискорений розвиток інноваційних процесів і є основним фактором економічного зростання.

Інноваційний розвиток можна визначити як модель економічного зростання, що базується на систематичному впровадженні сучасних науково-технічних досягнень та використанні передових організаційно-управлінських і виробничих систем [1].

В Україні ми спостерігаємо зараз технологічне відставання порівняно з розвиненими країнами. Понад 90 відсотків продукції, яка виробляється промисловістю України, не має сучасного рівня науково-технічного забезпечення. Частка України у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією, за оцінками експертів, складає лише одну десяту відсотка. Це на порядок нижче, ніж частка Польщі та Китаю, і на два порядки – Німеччині [6].

Система фінансування інноваційної діяльності є складним переплетенням форм і джерел фінансування. Так, основними джерелами коштів, які використовуються для фінансування інноваційної діяльності в Україні, є:

1. Державні інвестиційні ресурси (бюджетні кошти, кошти позабюджетних фондів, державні запозичення, пакети акцій, майно державної власності).

2. Інвестиційні, зокрема фінансові, ресурси суб'єктів господарювання комерційного і некомерційного характеру, а також громадських організацій, фізичних осіб і т. п. Це інвестиційні ресурси колективних інвесторів, зокрема, страхових компаній, інвестиційних фондів і компаній недержавних пенсійних фондів. Сюди ж входять і власні засоби підприємств, а також кредитні ресурси комерційних банків, інших кредитних організацій і спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків (табл. 1) [4].

Порядок фінансування інноваційних проектів і структура інвестиційних ресурсів у кожному конкретному випадку має свою специфіку і безпосередньо пов'язаний з характером впроваджуваних нововведень.

Так, в Україні фінансовим джерелом, що забезпечує розв'язання великомасштабних науково-технічних проблем, є кошти державного бюджету, за рахунок яких виконуються цільові, комплексні

Таблиця 1
Структура джерел фінансування
інноваційної діяльності

Група	Тип	Організаційна структура джерел в групі
Державні ресурси	Власні	Державний бюджет Бюджети обласні, місцеві, районні; Державний фонд фундаментальних досліджень; Державна інноваційна компанія; Позабюджетні фонди (Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування, Державний фонд зайнятості, інші фонди); Податкові пільги для інноваційних організацій
	Залучені	Державна кредитна система; Державна страхова система
	Позикові	Державні позики (державні займи, зовнішні займи, міжнародні кредити тощо); Податковий інноваційний кредит
Ресурси підприємств	Власні	Власні інвестиційні ресурси підприємств, фонди розвитку виробництва
	Залучені	Внески, пожертвування, продаж акцій, додаткова емісія акцій; Інвестиційні ресурси інвестиційних компаній-резидентів, у тому числі пайових інвестиційних фондів; Інвестиційні ресурси страхових компаній-резидентів; Інвестиційні ресурси недержавних пенсійних фондів-резидентів
	Позикові	Банківські, комерційні кредити; Бюджетні цільові кредити; Фонди венчурного капіталу; Інвестиційні ресурси іноземних інвесторів, у тому числі комерційних банків, міжнародних фінансових інститутів

сні програми, фінансується Державний фонд фундаментальних досліджень, частково діяльність Державної інноваційної фінансово-кредитної установи, Фонд сприяння розвитку малих форм підприємництва у науково-технічній сфері.

Позабюджетні фонди фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) і підтримки інновацій створюють з метою забезпечення фінансування загальногалузевих, міжгалузевих і регіональних науково-технічних програм, а також заходів з освоєння нових видів промислової продукції. Такі фонди можуть створюватися в міністерствах, у великих містах і регіонах, а також у рамках концернів, холдингів, ПФГ. Джерелами недержавної системи фінансування інноваційних проектів виступають: кошти, які мобілізують через емісію цінних паперів; власні кошти підприємств; кредити комерційних банків; спеціалізовані та благодійні фонди; кошти інвестиційних фондів і компаній, інших підприємств і організацій, зацікавлених у якнайшвидшому випуску нової продукції [4].

У світовій практиці для фінансування інвестицій в основний капітал широко застосовуються позикові засоби, особливо банківські кредити. У розвинених країнах частка банківських кредитів як джерела фінансування капіталовкладень становить 20-40%; у науково-технічній сфері кредитні ресурси – близько 7% загального обсягу фінансування НДДР, тоді як кошти позабюджетних фондів та інші залучені засоби – понад 20%. Частка інвестицій, що направляються комерційними банками на виробничі інновації, не перевищує 2%. Причина полягає і в банківській кризі, і у високій вартості кредитів, і у відсутності зацікавленості банків [4].

Труднощі залучення зовнішніх джерел фінансування змушують підприємства орієнтуватися на прибуток від основної і непрофільної діяльності що сповільнює, а іноді і припиняє інноваційний розвиток.

Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2011 році основними джерелами фінансування інноваційної діяльності є власні кошти підприємств 7585550,7 грн. приблизно 52,8% загального обсягу, держбюджет 149169,4 грн. це 1,0% загального обсягу, кошти замовників: вітчизняних 45386,2 грн. 0,3% та іноземних 56870,6 грн. 0,4% загального обсягу відповідно, кредити 5489485,7 грн. 38,3% та інші джерела 994677,2 грн. 7,0%. Хоча у порівнянні з попередніми роками фінансування збільшилося, але це відбулося за рахунок власних коштів підприємств [14].

Отже, нестача фінансування, в тому числі з боку держави гальмує комерціалізацію інноваційної діяльності та потребує пошуку альтернативних джерел фінансування. Ця проблема актуальна не тільки в Україні, а і у цілому світі, тому треба використовувати світовий досвід для подолання бар'єрів на шляху комерціалізації інновацій.

Одним з таких можливих джерел альтернативного фінансування інноваційної діяльності може стати краудфандинг. Краудфандинг – це одна з найбільш розповсюджених технологій краудсорсингу.

Краудсорсинг (англ. crowd – товпа та sourcing – джерело, використання ресурсів) – це технологія інтелектуальної співпраці поєднаних соціальними мережами носіїв неявних знань, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту, технологія мережевої інтеграції неявних знань великої кількості людей, інтелектуальна взаємодія яких не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних а інших обмежень [2].

Узагальнено визначення технології краудсорсингу дозволило виділити наступні види як: краудстронінг, краурекрутинг, краудголосування та краудфандинг (табл. 2) [11, 20].

Таблиця 2
Технології краудсорсингу

№	Види краудсорсингу	Визначення
1	Краудстронінг	Передбачає генерацію та коментування нових ідей
2	Краурекрутинг	Забезпечення інноваційної фірми необхідними їй трудовими ресурсами шляхом пошуку персоналу у соціальних мережах
3	Краудголосування	Передбачає просте голосування за різні варіанти пропонування рішень, без обґрунтування свого вибору чи пропонування інших варіантів
4	Краудфандинг	Соціальна технологія колективного фінансування, заснована на добровільних пожертвах

Краудфандинг визначають як «фінансування з миру по нитці», «соціальний банк», «колективний гаманець». На думку Дж. Хау, «краудфандинг не залежить від знань, творчої енергії і поглядів широких кіл населення». Незважаючи на те, що термін зв'язався порівняно недавно ідея народного, колективного фінансування зовсім не нова: споконвіку люди збирали гроші на різні значні проекти.

Однак саме в останній час, у зв'язку з розвитком Інтернету, глибоким проникненням інформаційних технологій у суспільне життя, підвищенням їх доступності та технологічної зрілості, почали з'являтися нові, унікальні форми соціально-технічних систем, до яких можна віднести і краудфандинговий майданчик – спеціалізовані інтернет-сайти для анонсування проектів та збору коштів [10].

Відповідно до цілей розробників таких проектів, можна виділити таку класифікацію видів краудфандингу: залежно від мети розробників та залежно від особливостей винагороди соціальних інвесторів (табл. 3) [13, 16, 6] та краудфандинг в залежності від особливостей винагороди соціальних інвесторів (табл. 4) [11, 8, 20].

Таблиця 3
Види краудфандингу в залежності від цілей розробників

№	Вид краудфандингу	Характеристика
1	Бізнес-краудфандинг	Проекти підприємств, запроваджені з метою одержання прибутку від інноваційної діяльності.
2	Соціальний краудфандинг	Проекти, що спрямовані на вирішення певних соціальних проблем. Але не треба плутати з благодійністю, оскільки тут інвестори можуть отримувати.
3	Культурний (творчий) краудфандинг	Проекти, спрямовані на фінансову підтримку діяльності у сферах культури та мистецтва.
4	Новаторський краудфандинг	Проекти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо. Цей краудфандинг є можливим не тільки у науковій чи виробничій сфері, а і у соціальній, культурній та інших.
5	Політичний краудфандинг	Проекти, пов'язані з діяльністю політичних об'єднань, партій, моніторингом ефективності політичних та правових заходів.

Можна виділити такі риси інтернет-краудфандингу, що роблять його ефективним інноваційним способом фінансування проектів.

Порівняно з фінансовими посередниками, краудфандинг характеризується більшою гнучкістю й може містити експерименти за напрямками діяльності та проектами. У порівнянні з державними

установами проекти краудфандингу мають такі переваги, як швидкість виділення коштів (термін збору коштів чітко визначений), прозорість інформації щодо проекту, підзвітність і відповідальність перед спільнотою. Крім того, 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 [8].

Це стає можливим за рахунок використання ринкових практик під час підготовки проекту: оцінки попиту на результати впровадження проекту, просування серед зацікавленої аудиторії, дистрибуція результатів проекту серед краудінвесторів (першочергове надання благ, диференціація залежно від суми вкладу та інше).

До того ж спостерігається зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проектів завдяки меншій кількості посередників. Під час отримання фінансування такими посередниками є краудфандингова платформа та банківська установа, що обслуговують вклади. Таким чином, кількість ієрархічних рівнів, на яких ухвалюються рішення щодо особливостей фінансування, істотно скорочується, натомість спектр можливих краудінвесторів надзвичайно розширюється [8].

Також колективні способи фінансування проектів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США (які є лідером краудфандингової діяльності) у 2012 році відбулися зміни у законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатись організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол.

Отже, краудфандингова схема фінансування має істотні переваги для інвестування інноваційних проектів, оскільки знімає ряд істотних обмежень традиційних способів фінансування.

Але краудфандинг має також і декілька значних недоліків. Він не підходить для великих проектів, що вимагають істотних вкладень, бо при цьому способі фінансування залишаються обмеження в розмірі зазначеної суми інвестицій. Мінусом є також відсів потенційно сильних проектів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою, тоб-

Таблиця 4
Види винагороди інвесторам у сфері краудфандингу

№	Вид винагороди	Характеристика та досвід застосування
1	Без винагороди інвестору	Згадування інвестора на сайті та вираження подяки. Пожертвування зазвичай є добровільними актами без будь-яких зобов'язань для одержувача. Найчастіше ця модель застосовується в соціальних, політичних і медичних проектах. До 2012 року Цей напрямок був домінуючим у рамках застосування краудфандингу.
2	З нефінансовою винагородою	У формі подарунка або продукту. На сьогоднішній день це найпоширеніша модель краудфандингу. Зарекомендувала себе як ефективний інструмент збору коштів на будь-які проекти, починаючи від креативного дизайну і закінчуючи складними технологічними продуктами. Нефінансова винагорода може виражатися у вигляді записаного альбому, запрошення на концерт або автографу. Найуспішнішою платформою, що працює за цим принципом є майданчик Kickstarter, що лише за 2012 рік зібрав 320 млн. дол.
3	З фінансовою винагородою (краудінвестинг) а) Частка прибутку від реалізованого продукту (модель роялті). б) Народне кредитування. в) Акціонерний краудфандинг.	При цьому виді краудфандингу в обмін на свою фінансову підтримку спонсор отримує потім фінансову винагороду. Краудінвестинг має три форми: Крім нефінансових бонусів і заохочень, інвестор отримує частку від доходів або прибутку проекту, який фінансує. Цей підхід активно практикується у сфері фінансування музики, розроблення ігор, фільмів і тд. Підхід роялті є досить перспективним, оскільки дозволяє, з одного боку, зберегти елемент причетності, а з іншого – фінансово його мотивувати. Лідер за кількістю залучених коштів. Інвестор заздалегідь має всю інформацію про те, коли він отримає назад свої вкладення з обумовленим відсотком. Окремим випадком кредитування фізичних осіб є соціальне кредитування. Характеризується мінімальними відсотками або їх повною відсутністю. Призначення цих кредитів – надання допомоги бідним верствам населення, насамперед в країнах, що розвиваються. Отримані позики треба повертати. Цей вид краудфандингу є одним з нових, у цьому випадку спонсор отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на акціонерних зборах.

то проект може бути корисним та мати всі шанси на успіх, але без належного його освітлення, без гарної презентації він має мало шансів зібрати необхідні кошти.

При використанні такого виду винагороди інвесторам як акціонерний краудфандинг порушується організаційно-правова форма підприємства і пов'язаний тому із підвищеним ризиком для інвесторів. Проблемою є також відсутність офіційного юридичного дозволу існування та шляхи регулювання діяльності таких краудфандингових платформ, тому вони і досі працюють в обмеженому режимі [10, 8].

Тож з'являється розуміння, що найшвидший і найефективніший спосіб вирішити проблеми з пошуком ресурсів для власного розвитку – це не пошук дешевих кредитних ресурсів чи лобювання інтересів у влади, а саме самофінансування, в тому числі і використання краудфандингу, навіть зважаючи на недоліки цього інструменту фінансування.

Як приклад впровадження краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності візьмемо ІТ-сферу України, бо саме інформаційні технології зараз сформувалися в окрему інфраструктуру та відіграють домінуючу роль у формуванні обчислювального потенціалу держави та визначають рівень її розвитку.

Приклади українських, російських та білоруських стартап проектів ІТ-сфери, що запускалися з різним ступенем успішності можна також знайти на сайті Kickstarter.

Kickstarter – це сайт фінансування творчих проектів за схемою краудфандингу. Kickstarter фінансує різноманітні проекти, у 13-ох категоріях: мистецтво, комікс, танець, дизайн, мода, фільми і

відео, їжа, відеоігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр.

Приклади стартап проектів, інформація про суму зібраних грошей та необхідну суму для запуску кожного проекту, жанр проекту та кількість інвесторів, тобто тих, хто дав на проект грошей можна знайти у таблиці 5 [20].

Цей список неповний, бо проекти повинні запускатися від резидента США або Великої Британії, тому прослідкувати вітчизняні проекти досить складно, тільки якщо автори не йдуть самі на контакт через ЗМІ.

В Україні інтернет-краудфандинг лише починає свій розвиток. Провідниками в цій сфері були «Українська біржа благодійності», запущена Фондом Віктора Пінчука, «X-Ideas» від «Nescafe» та сайт «Велика Ідея». Найбільш популярною українською краудфандинговою платформою є «Спільнокошт» на сайті «Велика Ідея». Вона побудована за принципом кікстартера *learn and do*. Додати характерним є те, що редизайн сайту «Велика Ідея», внаслідок якого запрацював інструмент краудфандингу, сам був профінансований шляхом краудфандингу на суму 38260 грн. Офіційний старт «Спільнокошту» відбувся в жовтні 2012 року [18].

Ще один приклад – проект «Спільнобачення», який запускається в недалекому майбутньому. Планиється, що це буде перший інтернет-телеканал, який фінансуватиметься за принципом краудфандингу.

Платформа СімЗірок, яка запустилась в листопаді минулого року, – піонер в іншому виді краудфандингу – взаємному кредитуванні. У той час як на закордонних ринках р2р-майданчики показують приріст 90-100% на рік, в Україні ми тільки починаємо знайомимися з перевагами «прямого» кредитування.

Таблиця 5

Вітчизняні стартап проекти

	Проект	Зібрана сума	Цільова сума	Кількість інвесторів	Жанр
1	Legens of Eiswald	\$83.577	\$50.000	2.729	Video games
2	Humans must answer	Ј5.519	Ј5.000	372	Video games
3	Slashear	\$862	\$43.000	38	Video games
4	Catorize	\$316	\$10.000	23	Video games
5	Neodrop	\$29.648	\$5.000	897	IT Design
6	Eternal Case	\$24.931	\$5.000	622	IT Design
7	8-bit socks	\$8.981	\$8.000	264	IT Design
8	Skyjacker	\$36.131	\$30.000	1.067	Video games

Таблиця 6

Статистика результатів діяльності платформи «Kickstarter» за 2012 рік

№	Категорії проекту	Запущено проектів, ед.	Успішні проекти, ед.	Зібрано коштів, долл.	Зібрано у середньому проектів, долл.	Кількість учасників
1	Ігри	2 796	911	83 144 565	91 267	1 378 143
2	Фільми та відео	9 600	3 891	57 951 876	14 894	647 361
3	Дизайн	1 882	759	50 124 041	66040	536 469
4	Музика	9 086	5 067	34 953 600	6 898	522 441
5	Технології	831	312	29 003 932	92 961	270 912
6	Видавництво	5 634	1 666	15 311 251	9 190	262 738
7	Харчування	1 828	688	11 117 486	16 159	138 204
8	Мистецтво	3 783	1 837	10 477 939	5 704	155 782
9	Комікси	1 170	542	9 242 233	17 052	177 070
10	Театр	1 787	1 194	7 084 968	5 934	95 225
11	Мода	1 659	434	6 317 799	14 557	83 067
12	Фотографія	1 197	427	3 283 635	7 690	46 550
13	Танці	512	381	1 773 304	4 654	23 807
Всього		41 765	18 109	319 786 629	17 659	4 337 769

СімЗірок – це соціально-орієнтований ресурс, на якому спеціальні агенти допомагають людині краще представити свій проект і зібрати необхідну суму для його запуску. У цей же час і кредитори, і позичальники можуть самостійно обговорювати той чи інший проект, створюючи спільноти для інвестування в певні галузі або навіть населені пункти [15].

І хоча на сьогоднішній день ринок вітчизняного краудфандингу робить тільки перші кроки на шляху свого розвитку, перспективи у нього величезні. Адже охоплення української інтернет-аудиторії – 15 млн. користувачів, які в середньому проводять 20 годин на тиждень в мережі. Довіра людей до різних майданчиків поступово зростає (це видно на прикладі інтернет-аукціонів). А значить, буде збільшуватися і обсяг грошового потоку від приватного населення – до ініціаторів різноманітних проектів і стартапів.

У таблиці 6 представлено дані з стартап-платформи «Kickstarter» за 2012 рік та приведено підсумкові значення роботи та успішності цього сайту [20].

Всього, на 2012 р. у світі налічується більше 500 платформ краудінвестинга і краудфандинга. У середньому кількість подібних платформ зростає на 49% щорічно (на 38,1% в 2008 р., на 60% в 2012 р.). Більшість з них розташовані на серверах наступних країн: США – 191, Великобританія – 44, Нідерланди – 29, Франція – 28 і Бразилія – 21. Більша частина краудінвестингових платформ в Європі функціонують у Великобританії – 23%, Нідерландах – 15%, Франції – 14%, Німеччині – 10% та Іспанії – 9%. У Східній Європі також, розміщені онлайн-майданчики, принципи роботи яких схожі на краудінвестинг/ краудфандинг. Всього нараховується 12 майданчиків. Більшість у Польщі – 34%, Росії та Чехії – по 17% [5].

Про успішність функціонування основних онлайн-майданчиків краудфандингу у світі свідчать дані про кількість і обсяги профінансованих проектів. У 2012 р. було проведено більше 1 млн.

успішних кампаній зі збору коштів на різні бізнес та соціальні проекти. Більша частина угод припала на європейські країни – 55,1 % і Північну Америку – 44,8 %. Частка інших країн незначна – всього 0,1 % (1000 проектів). В цілому, обсяг зібраних коштів за допомогою краудінвестингових платформ, склав 2,7 млрд. дол. США в 2012 р. [5].

Можливість зареєструвати свій стартап на онлайн – майданчику відкрита для всіх бажаючих. Однак, вони повинні відповідати певним вимогам, таким як визначити терміни реалізації, необхідний обсяг інвестицій, варіанти винагород та ін. Якщо за вказаний термін, проект не збирає потрібну суму, то за допомогою агрегатора кошти повертаються на ті рахунки, з яких вони надійшли.

Перед тим, як спробувати отримати необхідну суму використовуючи такий інструмент як краудфандинг необхідно дотриматися таких принципів створення правильної заявки :

– Реалістична сума. Якщо потенційні інвестори будуть мати сумніви, чи може бути досягнуто мети, вони двічі подумають, перш ніж надати гроші.

– Хороша заявка. Проект повинен вміти виразно описати свою мету в двох – трьох реченнях. Перед тим як публікувати заявку, не завадить прочитати її друзям і подивитися на реакцію.

– Самореклама. Розкажіть про свою заявку всім, кого знаєте. Постійно оновлюйте заявку, щоб на сайт заходили нові люди.

У підсумку зазначимо, що інтернет-платформи надали краудфандингу нового змісту та як ми бачимо, використання такого інструменту фінансування інноваційної діяльності ІТ сфери в Україні дає позитивні результати та розвивається, кількість успішних проектів збільшується з кожним роком. Міжнародний досвід підтверджує ці прогнози. Завдяки інноваційним характеристикам краудфандинг має всі підстави здобути позиції лідера у конкурентній боротьбі на ринку фінансових ресурсів, потіснивши банки та інші фінансові установи.

Список літератури:

- Денисюк В. А. Комерціалізація результатів науково-дослідних робіт: проблеми і перспективи // Вісн. НАН України, 2006, № 5.
- Джайлс М. Настоящие друзья / Мартин Джайлс // Мир в 2050 году; под. ред. Д. Франклина и Дж. Эндрюса. – М. : Манн, Иванов и Фербер, Эскимо, 2013. – 368 с.
- Долгин А.Б. Как нам стать долгопригодными, или практическое руководство по коллективным действиям / А.Б. Долгин. – М. : ОГИ, 2013. – 192 с.
- Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент // Види і джерела фінансування інноваційної діяльності.
- Краудінвестинг або краудфандинг: чи є перспективи розвитку в Україні? // Журнал «Народный Депутат», 2013-95.
- Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2013. – № 4(15).
- Основна мета урядової політики – підвищення якості життя населення // Урядовий кур'єр, 15.03.2003 р., № 70.
- Петрушенко Ю.М., Дубкін О.В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1.
- Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; пер. с англ... – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 288 с.
- Чугреев В. Л. Краудфандинг – социальная технология коллективного финансирования: зарубежный опыт использования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 4(28). – 2013.
- Юнус М. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Джоли. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. – 307 с.
- Гутарук Е. Скинемся на прогресс? – 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.strf.ru.
- Гончарук Н. Краудфандинг или народное финансирование / Н. Гончарук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113/.
- Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- Дусь О. Особливості національного краудфандингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://innovations.com.ua/>.
- И опять краудфандинг: Сегодня по-американски [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://crowdsourcing.ru/article/yarmarka-tshcheslaviya>.
- Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов / Компаньон. – 2012. – 31 августа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>.
- Створення Спільнокористу на Великій Ідеї [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biggggidea.com/project/18>.
- Танскотт Д. Как массовое сотрудничество изменяет все [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.likebook.ru/books/download/98707/>.
- Kickstarter – сайт фінансування творчих проектів за схемою краудфандингу. – 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kickstarter.com>.

Некрасова Л. А.
Давыденко М. В.

Одесский национальный политехнический университет

ВНЕДРЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ В ИТ-СФЕРЕ

Резюме

Доказана необходимость использования краудфандинга для стимулирования инновационной деятельности в ИТ-сфере Украины. Раскрыто содержание краудфандинга как краудсорсинговой технологии коллективного финансирования инновационной деятельности инвесторами, соединенными социальными сетями. Проанализированы источники финансирования инновационной деятельности предприятий Украины.

Ключевые слова: краудфандинг, инновационная деятельность, коллективное финансирование, социальные сети, социальные инвестиции, информационные технологии.

Niekrasova L. A.
Davydenko M. V.

Odessa National Polytechnic University

ADOPTING CROWDFUNDING TO STIMULATE THE UKRAINIAN IT INDUSTRY

Summary

Proved necessity for using crowdfunding to stimulate the IT sector of Ukraine. Summarized crowdfunding as innovative crowdsourcing technology and as a new way for investors to use social networks. Analysed sources of financing innovative sectors of the Ukrainian economy.

Key words: crowdfunding, innovation, collective financing, social networking, social investment, information technology.

УДК 658.8

Данилейчук Р. Б.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ В СФЕРІ ЗБУТУ

Розглянуто маркетингові підходи щодо організації процесу збуту на підприємстві. Визначено функції і завдання, пов'язані із збутом виготовленої продукції у відділі маркетингу. Досліджено напрямки оцінки зовнішньої і внутрішньої ефективності товароруху та її складові, етапи процесу організації товароруху. Запропоновано впровадження маркетингової діяльності, яка покликана збалансувати співвідношення між попитом і пропозицією завдяки вивченню економічної можливості виробників, постачальників і посередників. З'ясовано поняття та характеристика засобів збутової політики, вибір засобів збутової політики, методичні підходи щодо розробки програми маркетингової збутової політики підприємства, проаналізовано управління збутовою політикою підприємства, запропоновано шляхи удосконалення управління збутовою політикою підприємства.

Ключові слова: збут, маркетинг, конкуренція, продаж, реалізація, управління збутом, ефективність, економічність, результативність.

Постановка проблеми. Реалії ринкової економіки визначили величезну кількість проблем, практичне вирішення яких ускладнено через відсутність відповідних теоретичних розробок. Однією з таких проблем, причому найбільш актуальних на сучасному етапі, є проблема збуту продукції. У процесі суспільного відтворення збутова функція маркетингу реалізується на стадіях розподілу, обміну та споживання. Для забезпечення ефективної реалізації вироблених товарів підприємства повинні здійснювати комплекс заходів, які забезпечують фізичний розподіл товарної маси на ринку, активний вплив на цінову політику, рекламну діяльність та сервісне обслуговування покупців. Саме на цей комплекс мають спрямовуватися цільові маркетингові дії як товаровиробників, так і всіх учасників процесу товароруху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід відмітити появу за останні роки наукових робіт з проблем маркетингу, які підготовлені вченими України та інших країн. Це роботи перш за все

таких українських авторів як Л.В. Балабанова, А.В. Войчак, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, О.О. Ком'яков, А.І. Кредисов, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна, а серед російських авторів – Г.А. Азоев, Є.П. Голубков, А.П. Градов, П.С. Зав'ялов, О.В. Зирянов, А.М. Романов, В.Є. Хруцький.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань управління збутовою діяльністю підприємства на принципах маркетингу в сучасних умовах, формування нової системи збуту, яка б була адекватна ринковій економіці, та інших проблем доведення товарів та послуг від виробника до споживача. Все це визначає актуальність проблеми формування маркетингової збутової політики на підприємствах України.

Мета статті. Визначення оптимальних шляхів управління збутовою діяльністю торгівельного підприємства. Завдання, зумовлені метою дослідження, полягають у наступному: з'ясування поняття та характеристика засобів збутової полі-