

туроператорів, а турагентства не використовують взагалі. Натомість майже всі туроператори (91%) приймають участь у виставках.

Основною маркетинговою комунікаційною метою туристичних підприємств України є стимулювання продажів, тому частіше за все вони застосовують такі засоби маркетингових комунікацій, як проведення різноманітних акцій та роздача друкованих матеріалів. Лише п'ята частина туристичних підприємств ніколи не проводили акцій, а 5% туристичних операторів мали такий досвід, але відмовилися від проведення акцій. Більшість туристичних підприємств проводять акції декілька разів на рік.

Таким чином, можна зробити висновок, що ті засоби маркетингових комунікацій, які впроваджуються туристичними підприємствами України, є обґрунтованими та відповідають очікуванням споживачів. Однак в умовах мінливості зовнішнього середовища, загострення конкурентної боротьби між туристичними підприємствами, розширення та задоволення потреб споживача важливим є вчасне прийняття управлінських рішень щодо реструктурування комплексу маркетингових комунікацій підприємства та пошуку шляхів підвищення результативності його впровадження.

Мельничук Анастасія Валеріївна

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник: Чухраєва Наталія Миколаївна, кандидат економічних наук
Київський економічний університет імені Вадима Гетьмана

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Сучасні дослідження підприємницької діяльності в передових країнах показують, що чим більше коштів залучається в інноваційну діяльність, тим більш конкурентоспроможними підприємства виходять на ринок. Українські підприємці намагаються пристосуватися до даної кон'юнктури світового ринку, шляхом швидкої активізації інноваційної діяльності під час виробничого процесу.

Не дивлячись на те, що Україна є суверенною державою, пережитки з минулого все ще нагадують про себе. Дана ситуація відслідковується в моделі економічного розвитку, а саме застосуванні у виробничому процесі застарілої техніки, не придатної для користування та використанні сировинних ресурсів, які не відновлюються. Таким чином з'являється нагальна потреба в тому, щоб реалізувати інноваційний потенціал, який здатен зменшити економічне та технологічне відставання від інших передових країн.

Вітчизняна економіка відійшла від державного регулювання, але іноді зіштовхується з бар'єрами, які пов'язані з властивостями виробництва. Тому підприємці намагаються приділяти більше уваги розвитку інноваційної діяльності. Проте економічна ситуація нашої країни затримує даний процес через невідповідність між фінансовими та виробничими капіталами, застарілістю основних фондів та неефективне використання інвестиційних коштів і ресурсів. Таким чином, аби подолати дану проблему, інвестиції мають застосовуватись у всіх напрямках економічної діяльності. Окрім зазначених проблем, останнім часом поширюється вплив умів та висококваліфікованих кадрів за кордон. Дана ситуація пов'язана з нецільовим використанням інвестиційних коштів та виведенням оборотних.

Як практика показує – інноваційна діяльність не повинна повністю залежати від імпорту, адже не лише завозиться техніка, а й деталі, устаткування, обладнання. У найгіршому випадку можливе закриття українських підприємств та перехід на імпортованого виробника.

Наприклад, більша частина українців воліє їздити за кермом іномарки, а не вітчизняних автомобілів. Як показує статистика: обсяги реалізованої продукції машинобудування на січень 2017 дорівнювало 3,2% [1]. Це й не дивно, адже українські заводи виробляють меншою мірою, ніж закупляють іноземні деталі.

Якщо розглядати інтелектуальний капітал, то більша його частина від'їжджає за кордон, так як не отримує нагальну інвестиційну суму для впровадження в життя свої винаходи. На

жаль, українськими винахідниками цікавляться більшою мірою за кордоном, аніж на теренах нашої держави. Наприклад, одним із засновників світової платіжної мережі PayPal є українець Макс Левчин, який зміг знайти однодумців та інвестиції лише в США. Ще гірше почуваються кадри певних галузей, такі як ІТ спеціалісти та дизайнери, тому що їх праця за кордоном оцінюється на 30-40% більше, ніж в Україні [2].

Звісно, всі проблеми, які пов'язані з інноваційною діяльністю, не залежать лише від зовнішніх чинників, також внутрішні, а особливо кадрове забезпечення, впливають на цю галузь економіки.

Як вже зазначалось, підприємства мають бути конкурентоспроможними, аби справитись із тиском на світовому ринку. У свою чергу працівники та керуючі повинні мати такі знання, які б йшли одночасно з інноваційними технологіями та науково-технічними розробками. Саме вони пришвидшують кількість нових накопичених знань та зменшують їх період старіння. Тому виникає потреба в тому, щоб використовувати інноваційні технології не лише в виробництві, а також в управлінні ним. Таким чином з'явилась нова наука, як бізнес-культура.

Отже, як бачимо, саме управління виробництвом більшою мірою залежить від спеціалістів, які ним керують. Логічно, що кадровики інноваційного забезпечення мають управляти даним підприємством, але виникає проблема в тому, що вищі навчальні заклади мають також бути інноваційними та давати знання, які б відповідали як особистим потребам студентів, так і якості їх знань, аби бути конкурентними на ринку. Хоча українські ВИШІ й мають високі рейтинги, але це не є достатнім, аби називатися інноваційними університетами. Аби отримати дане «звання» навчальні заклади мають впровадити наукові розробки та технологічні дослідження, які могли б всебічно зацікавити студентів та прикріпити до них інноваційне мислення.

Великою проблемою є тенденція до того, що більша частина студентів орієнтується на диплом, а не на досягнення знань. Така викривлена мета навчання призводить до того, що зрілі люди мають по декілька вищих освіт, але, на жаль, не знають, яким чином застосувати знання отримані впродовж їх навчання.

Більшість ВУЗів України спираються на практику минулих сторіч, тобто залишаються консервативними. У такому разі кожен із них намагається збільшити кількість спеціальностей, на які проводиться набір студентів. Звісно, рівень професійності та вимогливості до майбутніх кадрів знижується. Саме через це і гальмується розвиток інноваційної діяльності та утворюється низька конкурентоспроможність фахівців, які не можуть швидко реагувати на зміни в інноваціях.

Якщо розглядати державне регулювання – можна побачити, що значна кількість напрацювань була зроблена та впроваджена в дію. Але хочеться задати зустрічне запитання: наскільки дієвими є дані правові засади? Нині в Україні налічується близько 200 нормативно-правових актів та документів, які нібито контролюють інноваційну діяльність, але, як бачимо великих успіхів дана кількість не приносить.

Практика показує, що не всі нововведення реалізуються в реальному житті - більшість з них взагалі не виконуються. Так, наприклад, якщо розглядати статті 21 та 22, то в них йдеться про те, що підприємствам, які здійснюють інноваційну діяльність надаються пільги у розмірі 50% при оплаті податку на прибуток. Також вводились субсидії на устаткування, обладнання, механічні машини або сировину, які не виробляються в країні, але є необхідними для розвитку інноваційного середовища України. На жаль, дані статті далі Господарського кодексу не вийшли. Це пояснюється боязкістю державного управління в тому, що вони зможуть мати великі втрати від пільгового оподаткування [3, с. 513].

Прослідкувавши ситуацію з інноваційною діяльністю розуміємо, що надалі так не може продовжуватись, адже вітчизняні виробники взагалі стануть неконкурентоспроможними, що призведе до кризової ситуації в Україні. Тому підприємці мають переймати методи впливу на інноваційну діяльність у передових країн [4; 5, с. 551]:

- Впровадження стимулів в роботі суб'єктів підприємницької діяльності.
- Заохочення малого бізнесу, який краще за великий провадить інноваційну політику.

- Залучення вчених, які працюють над створенням інновацій в університетах та бізнес-школах.
- Забезпечення інноваційних підприємств пільгами на амортизаційні відрахування та технологічні оснащення.
- Проведення конкурсного відбору на отримання державного замовлення.
- Зменшення державного втручання в розвиток техніки, науки.
- Впровадження співпраці між бізнес-школами та університетами.
- Використання нетарифної політики імпорту та експорту для захисту українських виробників.

Отже, інноваційна діяльність є однією з найважливіших складових економіки передових країн. Україна також має потенціал, але через недостатню кількість досвіду, знань та невиконання нормативно-правових засад, важко уявити, наскільки тривалою буде стагнація даної діяльності. Чим раніше державне регулювання візьме за мету впровадити нові методи розвитку інноваційної діяльності, тим скоріше ми побачимо зрушення в економіці.

Список використаних джерел

1. Київська обласна державна адміністрація. 2016 [Електронний ресурс]. – <http://www.kyiv-obl.gov.ua>
2. «5 причин не виводити бізнес із України». 2015 [Електронний ресурс]. – <http://biz.liga.net>
3. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України / за ред. акад. НАНУ В.М. Гейця, акад. НАНУ В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАНУ В.С. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – Т.2. – 564 с.
4. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізації цих викликів / авт. упоряд.: Г.О. Андрощук, І.Б. Жилиєв, Б.Г. Чижевський, М.М. Шевченко. – К. : Парламентське видавництво, 2009. – 632 с.
5. Державно-регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : Монографія / за ред. З.С. Варналя. – К. : НІСД, 2007. – 768 с.

Дробязко Віталій Вадимович

Луганський національний аграрний університет

СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ

Пріоритетним завданням розвитку будь-якої держави завжди вважалося забезпечення населення продовольством, а країни, що успішно вирішили продовольчу проблему, й дотепер очолюють рейтинг найрозвиненіших країн світу. Продовольство є найважливішим елементом системи життєзабезпечення людини і населення країни у цілому. Дефіцит його сприймається як нещастя, що вимагає оперативного втручання держави та її швидкого реагування [1, с. 162].

Основні позиції на світовому ринку продовольства займають зернові і продукти їх переробки, оліїнасіннєві, рослинні олії, жири, шроти, овочі і фрукти, м'ясо і м'ясопродукти, молочні продукти, кава, какао, чай, цукор, риба та морепродукти.

Таблиця 1

Виробництво сільськогосподарських культур, тис. т.

Роки	Культури зернові та зернобобові ¹	Буряк цукровий фабричний	Соняшник	Картопля	Культури овочеві	Культури плодові та ягідні
2009	46028	10068	6364	19666	8341	1618
2010	39271	13749	6772	18705	8122	1747
2011	56747	18740	8671	24248	9833	1896
2012	46216	18439	8387	23250	10017	2009
2013	63051	10789	11051	22259	9873	2295
2014	63859	15734	10134	23693	9638	1999
2015	60126	10331	11181	20839	9214	2153
2016	66088	14011	13627	21750	9415	2007
2017	61917	14882	12236	22208	9286	2048