

Інноваційна освітня діяльність закладів вищої освіти може вважатися ефективною в тому випадку, коли відношення загального доходу від використання освітніх інновацій до обсягу ресурсів для інноваційного розвитку буде позитивною величиною за умови дотримання критеріїв доцільності інвестицій в інновації.

Вимірювання ефективності ресурсного забезпечення освітніх інновацій має здійснюватися за допомогою системи показників за чотирма складовими інноваційно-інвестиційного процесу: 1) навчання та розвитку; 2) процесів інноваційної інфраструктури ВНЗ; 3) інтересів інвесторів; 4) ресурсного забезпечення.

Проблема оцінювання інвестиційної привабливості освітніх інновацій полягає в тому, що їх фінансове забезпечення пов'язано з нефінансовими показниками, які характеризують зростання інтелектуального та інноваційного потенціалу студентів та викладачів.

Звідси випливає висновок, що в рамках стратегії інноваційного розвитку освітньої діяльності вищого навчального закладу домогтися зростання активів його інноваційної інфраструктури можна тільки за наявності відповідних методик кількісної та якісної оцінки результативності інноваційних освітніх програм.

На нашу думку, рішення про доцільність інвестування інновацій у вищу освіту має бути економічно обґрунтоване величиною споживчої вартості інноваційної освітньої програми з позицій підвищення інтелектуального потенціалу ВНЗ, що дозволяє реалізувати отримані знання в адекватних матеріальних формах (активах), а вже потім співвідноситися із загальними витратами на інноваційну діяльність.

Інформаційні джерела:

1. Сафонова В.Є. Концепція ефективного державного фінансування вищої освіти. *Наукові праці МАУП*. 2016. Вип. 48 (1). С.148-165
2. Сафонова В.Є. Концепція ефективного співфінансування інноваційного потенціалу вищої освіти. *Наукові праці МАУП*. 2015. Вип. 44 (1). С. 142-150

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Смірнова П.В., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет

Конкуренція є невід'ємною складовою ринкової економіки, що стимулює розвиток підприємств, покращення якості продукції та послуг, а також забезпечує ефективний розподіл ресурсів у суспільстві. У сучасному світі, де глобалізація та технологічний прогрес значно впливають на структуру ринків, формування конкурентного середовища набуває особливої актуальності. Конкурентне середовище створює основу для взаємодії між учасниками ринку, визначає умови їхньої діяльності та впливає на стратегії розвитку підприємств.

Дослідження чинників та умов формування конкурентного середовища обумовлене тим, що в умовах швидких змін у глобальній економіці, ефективне функціонування підприємств залежить від їх здатності адаптуватися до змін у конкурентному середовищі. Сучасні ринки стають все більш динамічними та складними, що вимагає від підприємств постійного моніторингу та аналізу факторів, які впливають на їх конкурентоспроможність.

Крім того, вивчення конкурентного середовища має важливе значення для розробки стратегій, які дозволяють підприємствам ефективно конкурувати, зберігати свої позиції на ринку та досягати успіху в довгостроковій перспективі. В умовах зростаючого впливу глобальних гравців та швидкого розвитку технологій, особливо важливим є розуміння того, як зовнішні та внутрішні чинники формують конкурентне середовище, і які умови сприяють або, навпаки, заважають його розвитку. Тому дослідження чинників та умов формування конкурентного середовища має не лише теоретичне, але й практичне значення, оскільки його результати можуть бути використані для розробки ефективних стратегій конкурентної боротьби, що сприятиме сталому розвитку підприємств в умовах ринкової економіки.

Підприємство функціонує в конкурентному середовищі у двох зонах: макросередовищі та мікросередовищі (рис.1).

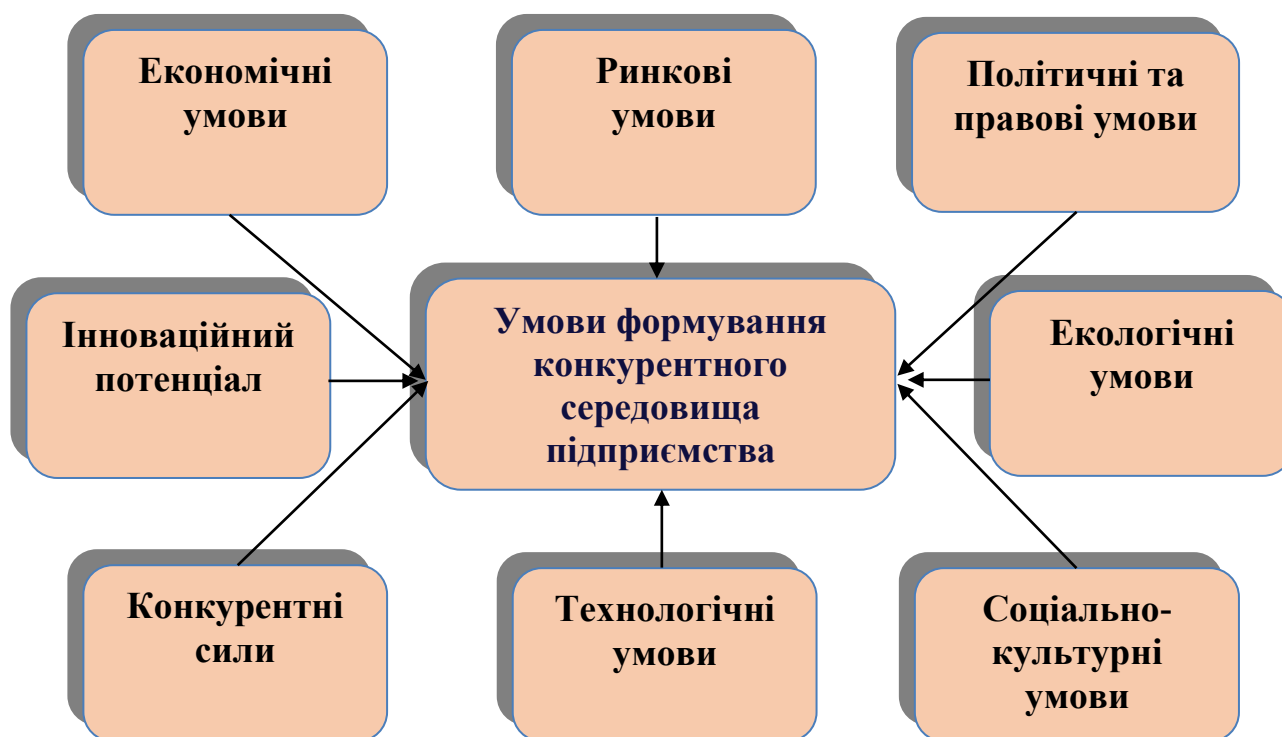


Рис. 1. Умови формування конкурентного середовища підприємства

Конкурентне середовище є однією з найважливіших складових ринкової економіки. Воно визначає умови, в яких діють підприємства, і впливає на їхню конкурентоспроможність. Формування конкурентного середовища залежить від безлічі чинників, що взаємодіють між собою. Умови формування конкурентного середовища є комплексом чинників, що впливають на

інтенсивність і характер конкуренції в тій чи іншій галузі. Ці умови визначають, наскільки підприємства можуть ефективно конкурувати, займати і утримувати свої позиції на ринку. Серед ключових умов, що формують конкурентне середовище, можна виділити наступні.

1. Економічні умови, які є базовими для формування конкурентного середовища. Вони включають такі елементи:

- рівень економічного розвитку;
- доступ до фінансових ресурсів.

Майкл Портер, відомий фахівець у галузі стратегічного управління, у своїй книзі «Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів» зазначає, що конкурентне середовище значною мірою залежить від економічних умов, які визначають доступність ресурсів та можливості для інновацій. Він підкреслює важливість розуміння економічного контексту при формуванні стратегії підприємства на ринку [1].

2. Політичні та правові умови. Політична стабільність, законодавство, що регулює ринки, та державна політика щодо конкуренції мають суттєвий вплив на формування конкурентного середовища.

Зокрема, Філіп Котлер, у своїй праці «Економіка державного сектору» зазначає, що держава відіграє ключову роль у забезпеченні рівних умов для всіх учасників ринку шляхом регулювання конкуренції та запобігання монополізації [2].

3. Соціально-культурні умови. Соціально-культурне середовище впливає на поведінку споживачів і, відповідно, на характер конкуренції. Демографічні зміни, рівень освіти, культурні традиції та цінності формують попит на товари та послуги, що визначає стратегії підприємств.

Філіп Котлер, один з найбільш впливових маркетингологів, у своїй праці «Маркетинг менеджмент» зазначає, що соціокультурні чинники мають вирішальне значення для розуміння споживчої поведінки та формування ефективної маркетингової стратегії, яка може забезпечити підприємству конкурентну перевагу [2].

4. Технологічні умови. Технологічні зміни можуть суттєво змінити конкурентне середовище. Впровадження нових технологій часто призводить до появи нових ринків або зміни правил гри на існуючих. Здатність підприємства адаптуватися до технологічних змін є ключовим чинником його конкурентоспроможності.

Клейтон Крістенсен у своїй книзі «Дилема інноватора» зазначає, що технологічні інновації часто створюють нові можливості для конкуренції, проте одночасно несуть ризик для тих підприємств, які не здатні вчасно адаптуватися до змін [3].

5. Конкурентні сили. Модель п'яти сил конкуренції Майкла Портера є потужним інструментом для аналізу конкурентного середовища. Вона включає аналіз загрози нових конкурентів, загрози товарів-субститутів, сили постачальників, сили покупців та конкуренції серед існуючих гравців ринку. Кожна з цих сил визначає ступінь конкуренції на ринку і можливість підприємства досягти успіху.

6. Ринкові умови:

- розмір та структура ринку;
- ціноутворення та цінова еластичність.

7. Інноваційний потенціал. Здатність підприємства до інновацій є одним з ключових чинників, що визначають його позицію в конкурентному середовищі.

8. Екологічні умови:

- законодавчі вимоги щодо екології;
- суспільний інтерес до сталого розвитку стимулює конкуренцію в напрямку екологічно чистих технологій та продуктів.

Усі ці умови разом утворюють складний комплекс, що визначає особливості формування конкурентного середовища в тій чи іншій галузі або національному ринку. Ефективність управління підприємством багато в чому залежить від здатності керівників правильно ідентифікувати ці умови та адаптувати стратегію розвитку підприємства відповідно до них.

Формування конкурентного середовища є складним процесом, що залежить від взаємодії багатьох чинників. Економічні, політичні, соціальні, технологічні та інші чинники визначають умови, в яких підприємства діють і конкурують між собою. Розуміння цих чинників і вміння адаптуватися до змін у середовищі є ключовими для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Як підкреслюють провідні фахівці-економісти, успіх у конкурентному середовищі вимагає комплексного підходу, що враховує всі аспекти, що впливають на ринок.

Інформаційні джерела:

1. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, 1980.
2. Kotler Philip. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. 1997.
3. Christensen, Clayton M. The innovator's prescription: a disruptive solution for health care, New York, USA. 2008.

ВИМОГИ ДО КОНЦЕПТУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Ставерська Т.О., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет

Із глобальної точки зору концепція сталого розвитку вважається панівною ідеологією ХХІ століття, що пояснюється усвідомленням світовою спільнотою необхідності забезпечити узгодження інтересів сучасності й майбутнього таким чином, щоб економічне зростання здійснювалося на раціональних засадах, з урахуванням принципової обмеженості наявних ресурсів і важливості гармонізації зв'язків між економічною, соціальною й екологічною системами [1, с. 13].

У своїй еволюції концепція сталого розвитку постійно змінюється з одночасною трансформацією її трактування, взаємодією детермінант і