

НАУКОВЕ ЖИТТЯ

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО І СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

(Аналітична записка за матеріалами ІХ Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів, м. Тернопіль, 14–15 квітня 2016 р.)

Глобалізаційні процеси у світовій економіці, поглиблення міжнародної економічної інтеграції та конкуренції на світових ринках, трансформація відносин між виробниками та споживачами, зміна купівельної поведінки останніх і, як наслідок, поява нових моделей ведення бізнесу, загострення соціальних, екологічних проблем та проблем безпеки в Україні та світі зумовлюють необхідність постійного моніторингу, теоретичного і практичного вирішення цілої низки проблем, які потребують залучення інновацій та кращих досягнень провідних зарубіжних країн.

Обговоренню названих актуальних питань була присвячена ІХ Міжнародна науково-практична конференція молодих учених і студентів, проведена у Тернополі у квітні 2016 року. Організаторами конференції виступили Тернопільський національний економічний університет, Орхуський університет (м. Орхус, Королівство Данія), Університет прикладних наук INHOLLAND (м. Алькмар, Королівство Нідерланди), Вроцлавський економічний університет (м. Вроцлав, Республіка Польща).

У роботі конференції взяло участь 107 осіб, серед яких провідні науковці, молоді вчені, студенти Тернопільського національного університету, Харківського національного університету ім. В.Каразіна, Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського (м.Кривий Ріг), Національного університету "Львівська політехніка", Академії праці, соціальних відносин і туризму (м.Київ), Дніпропетровського національного університету ім. Олеса Гончара, Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця, Тернопільського національного технічного університету ім. І.Пулую, Хмельницького національного університету, Львівського національного університету ім. Івана Франка, Вроцлавського економічного університету (Республіка Польща), Орхуського Університету (Данія), Університету прикладних наук INHOLLAND (Королівство Нідерланди), Університету Південної Данії (м.Сонденберг, Данія), Університету Фенікса (США), Стенденського університету прикладних наук (Королівство Нідерланди), а також фахівці-практики, представники бізнесу, керівники та службовці органів місцевого самоврядування.

Обговорення проблем інноваційних процесів економічного та соціально-культурного розвитку відбувалося у форматі пленарних засідань, майстер-класів професорів із зарубіжних країн та трьох секційних засідань.

Відповідно до тематики Конференції для обговорення та дискусії були винесені такі проблемні напрями:

- інвестиційні процеси у глобальному середовищі;
- інституційне забезпечення економічного зростання;
- перспективи розвитку національної економіки;
- нова парадигма маркетингу;
- новітні підходи в теорії та практиці менеджменту;
- сучасні інформаційні технології у менеджменті та маркетингу;
- міжкультурні комунікації і сучасні технології у діловому спілкуванні.

Обговорення проблем інновацій у соціально-культурному та економічному розвитку України та світу із залученням вітчизняного і зарубіжного досвіду дало змогу учасникам конференції сформулювати наступні висновки та пропозиції:

1. В умовах глобальних фінансових змін відбувається трансформація моделей ринкової поведінки корпорацій: від моделі максимізації прибутку до моделі максимізації ринкової вартості корпорацій. В умовах фінансової невизначеності контроль вартості дозволяє гнучко та масштабно управляти бізнес-процесами, їх результативністю та ефективністю.

2. Трансформація економіки України зумовлює фондовий ринок до мобілізації тимчасово вільних коштів населення та господарюючих суб'єктів, перерозподілу цих коштів у ті сектори економіки, що потребують додаткового фінансування для подальшого розвитку. Тому популяризація проведення IPO українськими компаніями призводить до сприяння інтернаціоналізації та підвищення ліквідності фондового ринку, зростання капіталізації компаній. В Україні сформувався значний відкладений попит на цей інструмент залучення капіталу. У випадку припинення діяльності незаконних збройних формувань на Сході України ймовірно очікувати сплеску активності українських компаній у цьому напрямку.

2. В умовах нестабільності економіки та економічних криз у світовій економіці зростає актуальність інвестування в альтернативні активи, зокрема SWAG-активи (срібло, вино, твори мистецтва та золото). Це зумовлено низькою кореляцією між цінами на ці активи та традиційні фінансові інструменти. В умовах падіння фондових ринків, інфляції та недовіри до банківської системи саме SWAG забезпечують інвесторам надійне збереження капіталу, що було доведено на практиці під час останньої світової економічної кризи. Можливість повноцінної диверсифікації інвестиційних портфелів за рахунок SWAG-активів в Україні є обмеженою у зв'язку із недостатнім розвитком ринків цих інвестицій на території країни, перш за все дорогих вин і антикваріату, а також слабким інституційним забезпеченням цих ринків.

Поряд із SWAG-активами, інноваційними інструментами інвестиційного ринку є деривативи на погоду, призначені як для вкладення капіталів, так і для зниження ризиків від несприятливих погодних умов. Названі деривативи відіграють все більше значення в управлінні ризиками при прийнятті управлінських рішень в тих компаніях, чий прибуток має сезонний характер.

3. Впродовж двох останніх десятиліть зазнають кардинальних змін світові енергетичні ринки. Зокрема, на ринку електроенергії відбуваються процеси лібералізації та реорганізації самих основ їх функціонування. Водночас, поки на ринку електроенергії не були створені організаційні умови для досконалої конкуренції, коли концентрується увесь існуючий попит та пропозиція, і через їх збалансування визначають рівноважну ціну на конкретний момент часу, не могли бути створені постійно діючі форми гуртової торгівлі, однією з найбільш ефективних із яких є енергетична біржа.

4. Тенденції глобалізації світової економіки поширюються на сектор глобальних безпекових систем, у тому числі й на формування глобалізованих міжнародних логістичних систем оборонної сфери як елементів глобальної логістичної системи. Названі тенденції супроводжуються глобальними проблемами військових конфліктів і терористичних загроз. У таких умовах актуальною є необхідність вироблення інструментів управління взаємодією глобалізованої військової логістики з логістичними елементами глобальної економіки, впровадження стандартизованих підходів до логістичних операцій. Реалізація стандартів НАТО у сфері логістики і у країнах-членах, і в країнах-партнерах буде успішною за умови формування у особового складу уніфікованих професійних компетенцій управління військовими та господарськими логістичними процесами через реалізацію міжнародних освітніх програм, сформованих з використанням результатів досліджень трансформації логістичних елементів оборонної сфери. Необхідними є також спільні дослідження стану та перспектив кадрового забезпечення у таких сферах: матеріально-технічне забезпечення підрозділів збройних сил, логістика військово-промислового комплексу, цивільна логістика у забезпеченні потреб військових підрозділів, глобальна логістика міжнародної безпекової системи.

5. В умовах Асоціації України з ЄС розширюються можливості для розвитку зовнішньоекономічної діяльності в окремих секторах економіки України, зокрема, АПК. Для ефективного функціонування агропромислових підприємств в Україні та підвищення конкурентоспроможності їх продукції в умовах реалізації нової державної політики в сфері розвитку АПК необхідно приділити важливу увагу розбудові такої інфраструктури, що була б економічно привабливою для залучення іноземних інвестицій та значних приватних капіталовкладень. Для створення сучасного конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва в Україні доцільно створити аграрні технополіси, що дозволили б децентралізувати аграрний науково-технічний потенціал, об'єднали підприємства агропромислового комплексу різних форм власності та науково-дослідні інститути з метою ефективного співробітництва.

6. Зміна пріоритетів у міжнародному бізнесі внаслідок загострення глобальних екологічних та соціальних проблем, його трансформація зумовили появу нової парадигми маркетингу та зростання ролі соціальної відповідальності. Однією із сучасних тенденцій в міжнародному маркетингу є екологічний брендинг. Якісний продукт, який передбачає наявність стандартного набору корисних та привабливих функцій, повинен також містити певне екологічне послання. Так, завдяки популяризації еко-брендингу агропромислових підприємств та правильній державній підтримці Україна з її недооціненим агро-потенціалом має можливість зайняти свою нішу на європейському ринку.

7. Досягнення споживчої лояльності є одним із рушійних факторів успіху компанії на шляху до завоювання свого висококонкурентного місця на ринку і набуває все більшого значення в умовах зміни купівельної поведінки споживачів на сучасних ринках. Тісна співпраця споживача із виробником приносить першому психологічні та соціальні вигоди, що при спілкуванні із постійними працівниками визначеної компанії дозволяє встановлювати лояльні відносини з персоналом. Також взаємодія з компанією через отримання знижок чи бонусів є економічно вигідною, а при довгостроковому співробітництві постачальник послуги може адаптувати її під кожного конкретного споживача.

8. Для успішного управління організація повинна вміти пристосовуватися і відгукуватися на проблеми, які виникають у соціальному середовищі, щоб зробити

це середовище більш сприятливим для компанії. Проаналізувавши соціальну відповідальність бізнесу у сучасному суспільстві, можна зробити висновок, що вітчизняні підприємства поступово починають переходити до нових стандартів співпраці із суспільством, розглядаючи планування і реалізацію соціально-відповідальних програм як одне із своїх невід'ємних завдань.

9. Все більшу роль у сучасних ділових комунікаціях відіграють соціальні медіа, які стали важливим інструментом паблік рілейшенз як в економічному, так і в соціально-культурному середовищі.

10. Глобалізаційні економічні процеси та посилення конкуренції на міжнародних ринках вказують на необхідність пошуку ефективніших засобів комунікації з представниками інших культур. Це актуалізує питання адекватного донесення етноспецифічної інформації. У зв'язку з цим великої популярності у міжнародних ділових комунікаціях набуває трансреакція як креативна адаптація інформації, підлаштованої під цільову аудиторію. З точки зору маркетингу трансреакція є ефективним інноваційним методом завоювання нових клієнтів.

Підсумовуючи, варто відзначити, що в процесі інтеграції у світову спільноту Україні доцільно адаптувати до вітчизняної практики розбудови національної моделі соціально-економічного та культурного розвитку досвід зарубіжних країн щодо макроекономічної стабілізації, мікроекономічної лібералізації, інституційної перебудови, розвитку галузей та регіонів з високим потенціалом у поєднанні з подоланням галузевих та територіальних диспропорцій, швидкого, радикального, послідовного проведення реформ та впровадження інновацій.

При підготовці аналітичної записки та рекомендацій конференції використані висновки та пропозиції, що містилися у надісланих наукових розробках учасників, та результати безпосередніх дискусій під час пленарних та секційних засідань конференції. На формування підсумкових матеріалів конференції найбільший вплив мали наукові розробки та рекомендації, висвітлені у доповідях Наталії Кравчук (Тернопіль), Олексія Войтенка (Тернопіль), Вікторії Адамик (Львів), Ірини Буринської (Львів), Павла Луціва (Тернопіль), Юлії Мельник (Тернопіль), Моніки Грабовської (Вроцлав, Польща), Наталії Полікевич (Тернопіль), Романа Сивака (Тернопіль), Олександра Сохацького (Тернопіль), Катерини Демчук, Лариси Проданової (Кривий Ріг), Юлії Ярмоленко (Київ), Ірини Блажей (Тернопіль), Тетяни Гільорме, Юлії Гузенко, Ганни Сімон (Дніпропетровськ), Володимира Гомівки (Тернопіль), Тетяни Курант (Тернопіль), Анетти Зелінської (Вроцлав, Польща), Ірини Волинець (Тернопіль), Наталії Пономарьової, Ольги Кальмук (Хмельницький), Айсбранда ван ден Боогарда (Алькмар, Нідерланди), Анастасії Луцишин (Нідерланди), Джона Джонсона (Фенікс, США), Лариси Вергун (Тернопіль), Тетяни Парацій (Тернопіль).

Аналітичну записку підготувала:

Юлія Мельник,

к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу,
Тернопільський національний економічний університет