

ринковим інструментом, вони набувають все більшого значення як складовий компонент в оцінці вартості фінансових угод – таких як поглинання або злиття фірм. Як зазначає Андрощук Г., вартість підприємств, створених за рахунок злиття або поглинання, в усьому світі (з посиланням на інформацію журналу “The Economist”), збільшувалась з \$0, 5 трлн. у 1990 році до \$3,5 трлн. – у 2000 році [3, 20]. Торговельні марки також відображають і фінансову силу. Різниця між балансованою вартістю і ринковою капіталізацією компанії може бути дуже істотною. Найяскравішим прикладом є компанія Microsoft. Її ринкова вартість оцінюється в \$313 млрд., проте, балансована вартість складає всього лише \$17 млрд. [3, 20].

Сьогодні назви торговельних марок стали найціннішими активами для зростаючого числа підприємств, часто перевершуючи вартість основного капіталу (матеріальних активів). Наприклад, частка нематеріальних активів в інвестованому капіталі таких найбільших компаній світу становить: Disney – 66%, Microsoft – 84%, Nike – 76%, Heinz – 87 %. Компанія Philip Morris придбала компанію Kraft за \$13 млрд., що на 600% перевищувало її балансову вартість. Завдяки цій покупці компанія Philip Morris сподівається залучити відданих споживачів фірми Kraft на основі франшизи, котру вона планує використовувати у торгівлі бакалійно-гастрономічними товарами, а також розширивши сферу дії торговельної марки. Відповідно до ст. 24 ЦК України людина як учасник цивільних відносин вважається фізичною особою. Відповідно до ст. 80 ЦК України юридична особа є організація, створена і зареєстрована в установленому законом порядку. Юридична особа наділяється цивільною правоздатністю і дієздатністю, може бути позивачем та відповідачем у суді [1]. Слід також звернути увагу на те, що національне законодавство для визначення поняття торговельної марки оперує щодо його правовласників поняттям “особа”, а не “підприємство”, як це робиться у міжнародно-правових актах. Звичайно, як зазначає Рассомахіна О., таке становище створює додаткові умови для недобросовісної реєстрації прав на торговельну марку: зокрема, у випадку, коли вона здійснюється фізичною особою, яка не є підприємцем і ніколи не буде виробляти товари і надавати послуги, якщо реєстрація при цьому завдає шкоди інтересам іншої особи, яка фактично використовує це позначення у своїй діяльності [4]. Таким чином, в умовах ринкової економіки підвищення уваги до торговельних марок обумовлюється тим, що товари і послуги, які виробляються (надаються) різними підприємствами, завжди відрізняються характеристиками, ознаками, якістю. Споживач повинен точно знати, хто виробник того чи іншого товару, хто надає ті, чи інші послуги, який товар вигідно придбати, які послуги відзначаються вищою якістю. Орієнтиром в пошуку підходящого товару чи послуги є знаки для товарів і послуг, або торговельні марки. Чим більше знаки зміцнюють прихильність споживача до товару, тим ціннішими вони стають, приносячи прибуток підприємствам.

Література: 1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №40-44. – Ст. 356. 2. Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” від 15 грудня 1993 року (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – №7. – Ст. 36. 3. Андрощук Г. Найпотужніші бренди світу: стан і тенденції // Інтелектуальна власність. – 2008. – №12. – С. 19-31. 4. Рассомахіна О. Поняття торговельної марки та її співвідношення із суміжними категоріями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2007-3/07roaisk.pdf>

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ**

*Руденко Е.В., Окуневич И.Л., ПГАСА, г. Днепрпетровск, Украина*

В Украине постепенно происходит интеграция ряда наукоемких производств в глобальное техническое пространство. Но эти процессы носят стихийный характер, так как до сих пор не решен общий вопрос перехода Украины к инновационной модели развития. Инновации – вновь созданные (примененные) и (или) усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукция или услуги, а также организационно-технические

решения производственного; административного, коммерческого или иного характера, существенно улучшающие структуру и качество производства и (или) социальной сферы [1, ст.1]. Инновационный проект – комплект документов, определяющий процедуру и комплекс всех необходимых мер (в том числе инвестиционных) по созданию и реализации инновационного продукта и (или) инновационной продукции [1, ст.1].

**Основными источниками инвестиций** в инновационные проекты являются [2]: собственные финансовые средства, иные виды активов (основные фонды, земельные участки, промышленная собственность и т.п.) и привлеченные средства; ассигнования из центрального, региональных и местных бюджетов; иностранные инвестиции, предоставляемые в форме финансового или иного участия в уставном капитале; кредиты (в том числе государственные на возрастной основе) коммерческих банков и иностранных инвесторов.

Сегодня выделяют следующие проблемы инвестиций в инновационные проекты [3]: слабая подготовленность проектов (отсутствие у ученых знаний для подготовки бизнес-плана и недостаток средств для привлечения специалистов для составления документации, вследствие чего проекты рассматриваются в среднем в два раза дольше, чем за рубежом); ориентированность большинства проектов на государственный заказ; отсутствие инфраструктуры, т.е. отсутствие сильной команды, которая могла бы успешно вывести новый товар на рынок; риски инвестора; недостаточный уровень информационного обеспечения инновационной сферы.

Согласно рейтингу Всемирного Экономического Форума, Украина занимает 63-е место из 139 стран по показателю «инновации», опережая Россию, Португалию, Венгрию, Польшу, Латвию, что свидетельствует о ее большом инновационном потенциале. При таком показателе, в Украине наблюдается низкий уровень инвестиций в данную сферу, и этому способствует ряд факторов, уменьшающих привлекательность инновационных проектов, как объекта инвестиций [4]:

во-первых, в инновационном процессе присутствует риск потери авансированного капитала из-за непредсказуемости результатов творческого процесса в силу возможной ошибочности идеи, лежащей в основе инновационного проекта, трудности его технической реализации, непредсказуемости реакции рынка на появление новинки и т.д.;

во-вторых, инновационная деятельность характеризуется временным благом от момента авансирования финансовых средств в инновации до момента получения коммерческой отдачи от них;

в-третьих, высокая неопределенность результатов инновационной деятельности не обеспечивает гарантированный характер возмещения заемных средств;

в-четвертых, непостоянство и разнообразие субъектов инвестирования (средства государственного бюджета, финансы корпораций, банки, инвестиционные фонды специального назначения, иностранные инвесторы и др.) ведет к многообразию форм и условий предоставления капитала.

Проанализировав ситуацию в Украине, можно предложить такие пути активизации инвестирования инновационных проектов:

1. поддержка инновационной деятельности органами государственной власти и органами местного самоуправления может оказываться за счет средств соответствующих бюджетов и включать в себя финансово-кредитную, имущественную, техническую, консультационную, информационную поддержку, поддержку внешнеэкономической деятельности, межрегионального сотрудничества, участия в выставках и ярмарках;

2. меры по развитию трудовых ресурсов для инновационной деятельности, меры по развитию деятельности по предоставлению субъектам инновационной деятельности финансовых и иных услуг, а также другие направления поддержки, которая предусмотрена в государственных и региональных программах по развитию инновационной деятельности;

3. дифференцированное ценообразование и целевые дотации на научно-техническую продукцию;

4. таможенные и валютные льготы для экспортно-импортных операций;

5. совместная работа инициаторов инновационных разработок и компаний, которые могли бы помогать им в продвижении проектов;

6. внедрить идею объединения возможностей различных инвесторов, т. е. в создании достаточно крупного инвестиционного капитала, скажем, в виде инвестиционного фонда. При этом возникает возможность диверсифицировать вложения и тем самым уменьшить инвестиционные риски;

7. разделить этапы инновационного цикла на несколько стадий и коммерциализацию продукта каждой стадии. Это позволит добиться сокращения сроков окупаемости вложений и объединения усилий инвесторов по "последовательному принципу";

8. привлечение иностранных инвесторов.

Экономический рост является важнейшим фактором конкурентоспособности страны в рыночной системе. В процессе совершенствования рыночной модели экономики приоритетное внимание должно быть уделено развитию производства на новой технической основе, активизации инновационной деятельности по воплощению результатов научно-технических разработок в производство, созданию новых технологических процессов и перестройке на современной научно-технической основе всех отраслей материального производства и сферы обслуживания.

Во всем мире инновации сегодня – это не прихоть, а необходимость выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания.

Литература: 1. Закон Украины «Об инновационной деятельности»: от 04.07.2002 г. № 40-IV [Электронный ресурс]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>; 2. Игонина Л. Л. Инвестиции : учеб. пособие / Л.Л. Игонина; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. — М.: Экономисту 2005. —с.71-72.; 3. Даббах А. Четыре главные проблемы инвестиций в инновации: // Forbes. URL: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes-column/startapy/60070-chetyre-problemy-investitsii-v-innovatsii>; 4. Украинский институт научно-технической и экономической информации: Инновационная способность и технологическая готовность украинской экономики в международных сравнениях. URL: [http://www.uintai.kiev.ua/viewpage.php?page\\_id=432](http://www.uintai.kiev.ua/viewpage.php?page_id=432).

## **ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІНСЬКОГО ВПЛИВУ НА МОТИВАЦІЮ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Стефаненко-Шупик А.П., ДонНТУ, м. Донецьк, Україна*

Механізм управлінського впливу на процес мотивації інноваційного розвитку істотно відрізняється від механізму розгортання цього процесу. З погляду загальноприйнятого змісту терміна, можна відзначити, що механізм мотивації інноваційного розвитку, як іманентно-суб'єктного процесу, являє собою сукупність проміжних станів і процесів, які зазнає дане явище.

Механізм впливу на мотивацію інноваційних процесів містить у собі систему важелів і методів, використання яких дозволяє керуючому органу корегувати (регулювати) поведження суб'єктів у напрямку реалізації певних їм цілей. Механізм впливу може бути представлений у наступному виді (рис. 1). Основною умовою створення механізму управлінської мотивації є формування залежності керованого суб'єкта від керуючого. Якщо такої залежності не існує вплив одного суб'єкта на іншого неможливий. Справа в тому, що можливості задоволення певних потреб можуть залежати від інших людей або суб'єктів, коли саме їм належать кошти задоволення цих потреб або від них залежить їхнє одержання. У зв'язку із цим людина попадає в залежність від цих людей або суб'єктів і змушений здійснювати ті дії, які необхідні для реалізації цілей цих останніх. Залежність лежить в основі концепції влади або можливості одних людей впливати на поведження інших.

Не існує реальної абсолютної влади, тому що ніхто не може впливати на всіх людей у всіх ситуаціях. В умовах організації, наприклад, влада тільки деяк визначається ієрархією. Скільки владу має той або інший суб'єкт у даній ситуації визначається не рівнем його формальних повноважень, а ступенем залежності від нього іншої особи.