

стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових товарів і послуг [3].

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства проектувати та виготовляти продукцію, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів за умови ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкретного ринку. Можна стверджувати, що однією з головних проблем розвитку економіки України є підвищення ефективності суспільного виробництва при зосередженні зусиль на випуску конкурентоспроможної продукції і одночасному забезпеченні повної зайнятості працездатного населення.

Література:

1. Близнюк С. В., Остапенко А. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. №7. С. 41-42.

2. Воронкова А. Е. Конкурентоспроможність підприємства: механізм управління та діагностика. *Економіка промисловості*. 2009. № 3. С. 133-137.

3. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

4. Коломієць І. Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації. *Конкуренція*. 2007. № 3. С. 16-26.

5. Мазаракі А. А., Лігоненко Л. О., Ушакова М. М. *Економіка торговельного підприємства* / за ред. М.М. Ушакової. К.: Хрещатик, 1999.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СТАРТАПІВ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ

Дворніченко О.С.

Науковий керівник: Нікітіна А.В., к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Стартап-проекти є одним із важелей економічного розвитку суспільства, який значною мірою визначається можливістю швидкого та раціонального розподілу матеріальних та людських ресурсів в залежності від тих чи інших потреб ринку. Прогрес стартап-компаній дає поштовх розвитку малого та середнього бізнесу, які у майбутньому стануть великими компаніями та володітимуть наукомістким продуктом і розвиненим підприємницьким сектором. Стартап розпочинається з ідеї продукту, який є основою бізнесу. Проте лише однієї ідеї замало для реалізації успішного стартапу. Серед основних елементів успіху стартапу можна виділити: ідею, команду, ресурси та невизначеність. Ідея стартапу може повторюватися з товарами, які вже існують,

але повинна бути модернізована або унікальна. Потрібно, щоб ідея була спрямована на реалізацію продукту, який розв'язує проблеми споживачів і має цінність для них [1]. Проєкт буде успішним тоді, коли розроблений продукт буде зрозумілим для споживачів і їх кількість буде достатньою, щоб проєкт виправдав своє існування і був комерційно вигідним. Ідея стартап-проєкту, взята окремо, не вартує майже нічого: головним завданням керівника проєкт на початковому етапі його існування є перетворення ідеї проєкту у робочу бізнес-модель, що починається із формування концепції товару (послуги) для визначеної клієнтської групи за наявних ринкових умов. Одна із важливих проблем стартап-проєктів полягає в зневазі аналізу ринку збуту продукції та оцінки інвестиційних ресурсів. Тому перед реалізацією ідеї стартапу необхідно ретельно вивчити ситуацію та зробити досконалий аналіз: наскільки насичена обрана ніша, що з себе представляє потенційна цільова аудиторія, сезонний чи бізнес тощо. Інша проблема пов'язана у відсутності внутрішнього ринку споживання для високотехнологічної продукції [2]. Ось чому основною метою впровадження проєкту повинна стати орієнтація нового продукту на клієнта.

Власні заощадження стартаперів використовуються на етапах виникнення і становлення стартапу, коли ідея продукту, послуги, технології, і план самого стартапу перебувають на стадії розробки, і пропонувати стороннім трейдерам елементарно нічого. Інвестиції – вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення, тобто інвестиції можуть розглядатися як рушійна сила самозростання вартості капіталу. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім для того, щоб компенсувати інвестору відмову від використання наявних коштів на споживання в поточному періоді, винагородити його за ризик, відшкодувати втрати від інфляції в наступному періоді [3].

Крім того, в нинішніх умовах економічної та політичної нестабільності в Україні, це джерело фінансування стартапів має більш теоретичний, ніж практичний характер, оскільки платоспроможність населення перебуває на вкрай низькому рівні. Недоліками такого виду фінансування можна також віднести складності в розмежуванні дружніх, сімейних та ділових стосунків. Кредит – один з найбільш небажаних видів фінансування нового проєкту. Пояснюється це цілком зрозумілими причинами, а саме: стартап – підприємство з високими ризиками, які найчастіше складно прорахувати, також важко визначити рівень прибутковості проєкту. Венчурні компанії усвідомлено йдуть на ризик інвестування в бізнес-ідею або проєкт заради можливості отримання високих відсотків на відносно невелику суму вкладень. Зазвичай венчурні інвестиції – це інвестиції у високотехнологічні галузі й інші галузі з високим потенціалом розвитку. Бізнес-акселератори є моделлю підтримки бізнесу на ранній стадії, яка передбачає інтенсивний розвиток проєкту в найкоротші терміни. Бізнес-інкубатори – це наявність місця для роботи та знайомство з близькими по духу людьми. В інкубатор слід звертатися на ранньому етапі – коли є ідея, презентація, декілька людей в команді і немає прототипу кінцевого продукту. Бізнес-інкубатор підтримує стартап на всіх етапах розвитку – від ідеї до його переходу в фазу зрілого бізнесу.

Аналіз інвестиційної привабливості узагальнює процес накопичення, трансформації і використання аналітичної інформації про інвестиції і має за мету: оцінити поточний і перспективний стан процесу інвестування у стартап-проект; визначити можливі і доцільні темпи розвитку стартап-проекту; оцінити та спрогнозувати фінансовий стан проекту після інвестування. Задачами аналізу інвестиційної привабливості стартап-проекту є: обґрунтування розміру загальної величини короткострокових (поточних) і довгострокових інвестицій; обґрунтування розміру основного і оборотного капіталу у результаті прийняття власника капіталу рішення про інвестування у короткострокові і довгострокові інвестиції; оцінка ефективності використання короткострокових та довгострокових інвестицій; обґрунтування і кількісне вимірювання факторів, що впливають на ефективність використання інвестицій [4]. Цікавим є те, що попри відмінність цих проблем, вони можуть бути вирішені за допомогою ретельної оцінки та розробки бізнес – моделі стартапу та проведенні його краш-тестів.

Література:

1. Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. Москва : Альпина Паблишер, 2014. 614 с.
2. Дрейпер У. Стартапы : профессиональные игры Кремниевой долины. Москва: Эксмо, 2012. 378 с.
3. Кузьмін О.Є., Подольчак Н.Ю., Матвіїшин В.Є. Управління та зниження рівня ризиків енергозабезпечення підприємств: монографія. Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Міські інформаційні системи, 2011. 235 с.
4. Нікітіна А. В., Павленко Е. А., Захарова А. О. Розвиток стартапінгу в Україні на основі залучення іноземних інвестицій. *Економічний простір*. 2019. № 149. С. 41-44.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Дебора Нгбоді Аджа Агнес
Науковий керівник: Дмитрієва О.І., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасні умови діяльності підприємств пасажирського транспорту пов'язані з проблемою якості: необхідністю виконання вимог споживачів, досягнення певного її рівня. Рішення цієї проблеми досягається управлінням.

Для цілеспрямованого впливу на якість пасажирських перевезень необхідна системи управління. Система управління якістю на підприємствах автомобільного транспорту представляє собою сукупність функцій, сформованих у підсистеми та за рівнями ієрархії надана у вигляді взаємозв'язку двох циклів – розширеного й елементарного [1].