

одиниць транспортно-логістичного бізнес-блоку з орієнтацією на єдиний фінансово-економічний результат.

Саме для вказаної задачі слугуватимуть удосконалені маркетингові інструменти, що зазнали покращувального впливу інноваційних впроваджень та переходу до дігiтального способу ведення бізнесу.

Фахівці відзначають, що в найближчому майбутньому галузь очікує конкуренція нової якості – цифрова конкуренція. Це коли компанії будуть змагатися не тільки в ціні і сервісі, але і в рівні діджиталізації, а саме у зручності інтерфейсів клієнтів, кабінетів користувачів тощо, чи доступна B2B синхронізації даних, чи є можливість в онлайн-режимі відстежувати вантажі, пасажирів, здійснювати збір та обробку даних, замовляти додаткові послуги тощо. Все це надасть бізнесу доступ до якісно нових рішень [3].

Цифрові інновації нададуть змогу підприємствам транспортної галузі опанувати задачі, які встановлює сучасна інновативна сфера функціонування бізнесу, зокрема впровадити сучасні маркетингові інструменти у власний виробничий процес.

Діджиталізований підхід до створення клієнтських відносин у рамках маркетингової діяльності дозволить швидко застосовувати всі маркетингові інновації у діяльності підприємства, що позитивним чином відіб'ється як на конкурентній позиції підприємства, так і на його загальному іміджі на ринку транспортних послуг.

#### **Література:**

1. Маховикова Г.А., Ефимова Н.Ф. Инновационный менеджмент. М.: Эксмо, 2010. 934 с.
2. Что такое диджитализация? Профессиональное развитие для директоров. Ассоциация профессиональных директоров. URL: <http://nand.ru/professional-information/news/20566> (дата обращения: 11.10.2019).
3. Диджитализация в транспорте: Как «цифра» становится решающим фактором конкуренции на рынке. Центр транспортных стратегий. URL : [https://cfts.org.ua/spetsproekty/didzhitalizatsiya\\_v\\_transporte\\_i\\_infrastrukture\\_kak\\_t\\_sifra\\_stanovitsya\\_reshayuschim\\_faktorom\\_konkurentsii\\_na\\_rynke](https://cfts.org.ua/spetsproekty/didzhitalizatsiya_v_transporte_i_infrastrukture_kak_t_sifra_stanovitsya_reshayuschim_faktorom_konkurentsii_na_rynke) (дата обращения: 11.10.2019).

### **РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРАУДФАНДИНГУ ЯК МЕТОДУ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

*Шевченко І.Ю., к.е.н., доцент,  
Гордієнко Є.А.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Для розвитку краудфандингу як методу фінансування проєктної діяльності в Україні характерна значна міжрегіональна диференціація.

Для доведення вірності заявленої тези слід звернутися до статистичних даних найбільшої вітчизняної краудфандингової платформи «Спільнокошт» [1].

Проаналізувавши розвиток краудфандингу як методу фінансування проектної діяльності в регіонах України за показниками «Доброчинці», «Успішні проекти», «Неуспішні проекти» та «Неопубліковані проекти» в період 2015-2019 рр., можна зробити наступні висновки:

– «ядром» краудфандингового процесу в Україні є Київський регіон, на який в досліджуваний період приходилося 36,77-51,08% усіх доброчинців, 41,46-53,68% усіх успішних проектів, 39,62-58,14% усіх неуспішних проектів, 24,15-57,14% неопублікованих проектів. Також краудфандинговими центрами України є Львівський регіон (13,41-14,99% усіх доброчинців, 16,13-22,62% усіх успішних проектів, 7,69-13,21% усіх неуспішних проектів, 5,58-7,63% неопублікованих проектів) і Харківський регіон (4,74-9,43% усіх доброчинців, 3,16-6,10% усіх успішних проектів, 1,89-6,25% усіх неуспішних проектів, 5,51-14,29% неопублікованих проектів);

– аутсайдерами з розвитку краудфандингу залишаються такі регіони України: за критерієм «Доброчинці» – Сумський регіон, Херсонський регіон і Закарпатський регіон; за критерієм «Успішні проекти» – Закарпатський регіон, Запорізький регіон, Сумський регіон, Чернівецький регіон і Тернопільський регіон; за критерієм «Неуспішні проекти» – Тернопільський регіон, Полтавський регіон, Закарпатський регіон, Сумський регіон, Рівненський регіон і Чернівецький регіон; за критерієм «Неопубліковані проекти» – Донецький регіон, Сумський регіон і Закарпатський регіон;

– переважна більшість показників розвитку краудфандингу як методу фінансування проектної діяльності в Україні демонструвала тенденцію до зростання в досліджуваний період (2015-2019 рр.).

Для більш ретельного дослідження регіональних особливостей розвитку краудфандингу як методу фінансування проектної діяльності в Україні пропонуємо здійснювати додатковий розрахунок таких показників:

– коефіцієнт опублікування проектів – показує частку проектів, що були допущені до представлення на розгляд громадськості через опублікування в середовищі краудфандингової платформи. Характеризує спроможність населення до розроблення новаторських ідей (проектів), здатних отримати від модераторів рекомендацію до розміщення в середовищі краудфандингової платформи. Опосередковано свідчить про вміння авторів проектів працювати з краудфандинговими інструментами;

– середня кількість доброчинців на 1 опублікований проект – характеризує усереднену інтенсивність відгуку громадськості на проектні пропозиції, опубліковані в середовищі краудфандингової платформи;

– коефіцієнт успішності проектів – показує частку успішних проектів серед усіх проектів, представлених на розгляд громадськості в середовищі краудфандингової платформи;

– співвідношення успішних і неуспішних проєктів – характеризує якість проєктних пропозицій, представлених на розгляд громадськості в середовищі краудфандингової платформи.

Результати розрахунків вище зазначених показників підтвердили значну міжрегіональну диференціацію розвитку краудфандингу як методу фінансування проєктної діяльності в Україні: коефіцієнт опублікування проєктів варіюється від 0,07 до 0,88; середня кількість добродійців на 1 опублікований проєкт – від 1 до 17 осіб; коефіцієнт успішності проєктів – від 0 до 0,95; співвідношення успішних і неуспішних проєктів – від 0 до 3,71.

У попередньому дослідженні [2] було ідентифіковано, що на розвиток краудфандингу в Україні найбільш сильний вплив здійснюють такі показники соціально-економічного розвитку країни як «середньомісячна заробітна плата» та «чисельність наявного населення».

Відповідно, перспективи подальший досліджень складають визначення тих показників соціально-економічного розвитку регіонів України, зміна яких спричиняє найбільш вагому зміну показників розвитку краудфандингу на регіональному рівні, та розроблення методичного підґрунтя управління даними показниками з метою забезпечення розвитку краудфандингу в Україні.

#### **Література:**

1. Мапа внесків і проєктів. Спільнокошт. URL: <https://biggggidea.com/геомар> (дата звернення: 18.10.2019).

2. Шевченко І.Ю., Кобзарєва Г.Ю. Моделювання впливу факторів на розвиток краудфандингу в Україні. *Економіка. Фінанси. Право: щомісячний інформаційно-аналітичний журнал*. К.: «Аналітик», 2018. № 12/4. С. 8-12.

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Шершенюк О.М., к.е.н., доцент,  
Плахтій А.О.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Розвиток вітчизняної економіки, прагнення України інтегруватись до світового співтовариства та потреба у формуванні засад інформаційного суспільства в країні зумовили необхідність формування інноваційної моделі розвитку. Сьогодні ефективна інноваційна діяльність та управління нею є основою успіху будь-якої країни, галузі та підприємства. Інновації дають поштовх для економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства.

Фундаментальні дослідження, спрямовані на розгляд сутності інновацій та інноваційної діяльності, знайшли своє відображення в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених – В. Александрової, Ю. Бажала, П. Беленького, В. Беренса, Г. Бірмана, В. Власової, А. Гальчинського, В. Гейця, В. Гриньової,