

підвищення і це лише незначна частка заходів, які сприятимуть скороченню кількості безробітних.

Таким чином запропоновані заходи сприятимуть зменшенню рівня безробіття, збільшенню кількості працевлаштованого населення і, як наслідок, загальному покращенню економічної і соціальної ситуації у країні, проте ще потрібно багато працювати, тому що багато проблем залишаються не розв'язаними: поява тіньової зайнятості, сучасний стан зайнятості молоді, проблема зайнятості жінок, проблема бідності населення.

Список використаних джерел:

1. Багрій К., Кучінік Р., Кучінік Н. Безробіття в Україні під час війни: аналітичний аспект. *Облік, аналіз і аудит*, 2022. Випуск II (86), 2. С. 32-51.
2. Вдовин М., Зомчак Л., Коханевич М. Безробіття в Україні: економіко-статистичний огляд. *Механізм регулювання економіки*. 2022. № 1-2 (95-96). С. 60-66.
3. Ревко А., Приходько Н. Соціально-економічні наслідки безробіття населення регіонів України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. №2 (26). С. 18-24.
4. Hviniashvili, T. Changing the paradigm of strategic enterprise management in a digital economy. *Економічний простір*. 2021. № 172. С. 23-28.
5. Hviniashvili, T., Grynko, T. (2021) Development imperatives of small business entities in a pandemic condition. Актуальні аспекти розвитку суб'єктів підприємництва в умовах глобальної економіки: Колективна монографія: за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2021. С. 15-55.

Канд. фіз.-мат. наук Катан В. О., Скрипник А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЇ В БІЗНЕСІ ТА ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ЇХНЬОГО ВПРОВАДЖЕННЯ

Впровадження інновацій є важливим елементом розвитку бізнесу в сучасному світі, оскільки вони дозволяють компаніям збільшувати ефективність своєї роботи, знижувати витрати, залучати нових клієнтів та створювати нові ринки. Ось деякі переваги впровадження інновацій в бізнес:

1. Конкурентні переваги: Компанії, які впроваджують інновації, можуть стати конкурентними на ринку, пропонуючи нові продукти або послуги, які задовольнятимуть потреби клієнтів краще, ніж їхні конкуренти.

2. Залучення нових клієнтів: Інновації дозволяють компаніям залучати нових клієнтів, пропонуючи їм нові послуги або продукти, які раніше не були доступні на ринку.

3. Покращення ефективності: Інновації можуть допомогти компаніям покращити ефективність своєї роботи, зменшити витрати та підвищити якість продукції.

4. Створення нових ринків: Інновації можуть створювати нові ринки, які раніше не існували, та дозволяти компаніям розширювати свої можливості на нові сегменти ринку.

5. Підвищення інвестиційної привабливості: Компанії, які впроваджують інновації, стають більш привабливими для інвесторів, оскільки вони демонструють потенціал для зростання та розвитку.

В. Хан Кім і Р. Мауборн запропонували цікавий та новаторський підхід до розробки стратегії, що базується на інноваціях. Цю концепцію вони назвали стратегією блакитного океану (на відміну від традиційної «стратегії червоного океану»), яка ґрунтується на інновації вартості. Автори надали принципи, інструменти та схеми дій для побудови та використання нового ринкового простору, який вони вважають вільним від конкуренції. За їхнім переконанням, такий простір може створитися тільки за умови систематичного пошуку нових ринкових можливостей та перехоплення попиту в цих просторах, що призводить до значного зростання вартості для клієнтів та підприємства [1]

Стратегія «блакитного океану» має шість принципів, які діють як обмеження на ризики. Чотири з них стосуються формулювання стратегії, такі як реконструкція границь ринку, концентрація на широкому баченні, вихід за межі наявного попиту та збереження послідовності елементів бізнес-моделі. Інші два принципи стосуються впровадження стратегії, організаційних та управлінських аспектів. Якщо твердження про те, що стратегія «блакитного океану» робить конкуренцію неістотною, є спірним, то інноваційність слід розглядати як стратегічний імператив розвитку організацій та будувати вартість для клієнта через неї.

Важливою є необхідність зміни моделей бізнесу на підприємствах, яка стає актуальною через конкуренцію і потребу в новому попиті. Для забезпечення стійкості моделі бізнесу, важливо використовувати інновації, особливо радикальні, які дають перевагу перед імітованими моделями. Особливо великі зміни

вимагає енергетичний ринок ЄС, для якого потрібні інноваційні моделі бізнесу [2].

Маркетинг інновацій – це підхід до бізнесу, що передбачає використання нововведень у виробництві, які відповідають потребам та запитам споживачів та приносять компанії прибуток. Основними складовими маркетингу інновацій є розробка та впровадження інновацій у виробництво продукції та їх використання в маркетинговій діяльності. Для того, щоб такі нововведення були ефективними, необхідно зрозуміти, які саме інновації потрібні для виробництва нових продуктів або вдосконалення вже існуючих. Тому важливо розглянути класифікацію інновацій, які пов'язані з маркетингом [3].

Існує багато економетричних моделей, які можуть бути побудовані для вивчення інновацій в бізнесі. Одна з найпоширеніших моделей – це модель лінійної регресії, яка дозволяє вивчити зв'язок між інноваціями та їх впливом на фінансові результати підприємства. У цій моделі, змінна відгуку може бути прибуток, продажі або інші показники ефективності бізнесу, тоді як пояснювальні змінні включають рівень інновацій в компанії, рівень інновацій в галузі, ринкову частку та інші показники.

Інші можливі моделі включають моделі виживання підприємств, які досліджують, як інновації впливають на тривалість життя компаній, моделі панельних даних, які дозволяють вивчити динаміку інновацій у певній галузі та їх вплив на ефективність підприємств у часі, а також моделі мультиагентної системи, які досліджують взаємодію між різними компаніями на ринку та їх стратегії щодо інновацій.

Вибір конкретної економетричної моделі залежить від конкретної проблеми, яку необхідно дослідити та доступних даних.

Однією з можливих економетричних моделей лінійної регресії, яка дозволить вивчити зв'язок між інноваціями та їх впливом на фінансові результати підприємства, є модель залежності чистого прибутку підприємства від витрат на дослідження та розробку (R&D) та кількості патентів, які воно отримало. Наприклад, модель може мати такий вигляд:

$$Profit = \beta_0 + \beta_1 R\&D + \beta_2 Patents + \epsilon$$

де Profit – чистий прибуток підприємства; R&D – витрати на дослідження та розробку; Patents – кількість отриманих патентів; β_0 , β_1 та β_2 – параметри

моделі, які визначають вплив відповідних факторів на чистий прибуток, а ϵ – помилка моделі.

Для використання цієї моделі потрібно зібрати дані про чистий прибуток, витрати на R&D та кількість отриманих патентів для певних підприємств, а потім оцінити параметри моделі за допомогою методу найменших квадратів. Оцінка параметрів дозволить визначити, наскільки значущий вплив мають витрати на R&D та кількість патентів на чистий прибуток, та зробити висновки про важливість інновацій для фінансових результатів підприємства.

Отже, впровадження нововведень може бути вимогливим і дорогим процесом, проте його переваги можуть мати вирішальне значення для успішної діяльності компанії на довгостроковій основі.

Список використаних джерел:

1. Chan Kim W., Mauborgne R. *Blue Ocean Strategy. How to Create Uncontested Market Space and Competition Irrelevant*. Harvard Business School Press, 2005.
2. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу. URL: https://vlp.com.ua/files/05_34.pdf
3. Гризовська Л.О., Романова А.В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 16. С. 301-307. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-16-2018.pdf#page=301>

Колесник В. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО У БІЗНЕСІ

Протягом останніх десятиліть відбулися значні зміни у розвитку економіки, так як організаційні зміни на підприємствах та технологічний прогрес поєднувалися із програмами фінансової лібералізації для сприяння зростання зв'язків між бізнес-структурами. Однією з проблем, пов'язаних з процесами поглиблення економічних зв'язків, стало питання щодо розвитку сучасних стратегічних партнерських відносин у бізнесі. За сучасних умов частина бізнес-структур продовжують досить підозріло ставитись до партнерства, частина заохочують та підтримують стратегічні партнерські відносини, підкреслюючи, що вони мають величезний потенціал для досягнення цілей розвитку бізнесу.