

СЕКЦІЯ 4 ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ, БЛОКЧЕЙНУ, ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

УДК 338. 24

ПЕРСПЕКТИВИ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Андрусів У. Я., Ігнатович В. П.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

e-mail: andrusivu@ukr.net

В сучасних умовах господарювання Україна намагається створити сприятливе бізнес-середовище для залучення інвестицій та забезпечити зростання економіки держави за рахунок інноваційної складової. І в цьому процесі повинні бути задіяні усі інституції, а саме: система вищої освіти; інноваційні інтелектуальні технології; венчурне інвестування. Як свідчить світовий досвід венчурного інвестування, класичні інноваційні розробки – стартапи – найчастіше зароджуються в університетському креативному середовищі і проходять усі етапи розвитку підготовки за різними програмами трансферу технологій і розвитку. Вони охоплюють не тільки науково-технічний прогрес, а й способи його впровадження в інноваційну економіку.

За даними Європейської асоціації прямого та венчурного інвестування EVCA (European Private Equity & Venture Capital Association) сфера пріоритетів глобального інвестування зосереджується на суспільних технологіях, які забезпечують світовий сталий розвиток [1, 2]. Венчурні фонди акумулюють венчурний капітал й інвестують накопичені кошти в проекти, здебільшого в інноваційній сфері, які характеризуються найвищим рівнем ризиковості. Виходячи із різних трактувань венчурного капіталу в інституціональному відношенні, можна стверджувати, що всі вони зводяться до інноваційного характеру підприємництва та пов'язують венчурний капітал із формуванням джерел інвестування. Характерною ознакою є і те, що тут акцентується увага на високому ступені ризику та прибутковості таких вкладень .

Функціонування інституту венчурного капіталу відображається через поєднання двох капіталів: інтелектуального та фінансового, яким характерна висока ризиковість [3].

У світі є багато перевірених методик щодо оцінювання кількості венчурного інвестування на ринку [4, 5]. За офіційними інформацією Klynveld Peat Marwick Goerdeler, інвестиції у венчурний капітал у 2017 році знаходяться на досить високому рівні, всупереч деякому зниженню активності інвесторів. Згідно їх оцінки, всесвітній рівень венчурного капіталу у 2017 році зменшився на 24% порівнюючи з аналогічним періодом минулого

року. Незважаючи на світові тенденції щодо зменшення інвестиційної діяльності, загальний обсяг венчурного капіталу залишався значним, із загальною вартістю \$ 127,4 млрд. протягом року.

На нашу думку, перерозподіл інвестицій в венчурний капітал, залучених фірмами 2017 році, є результатом того, що поступово розробляється та імплементується нове програмне забезпечення, яке відповідає концепції сталого розвитку (рис. 1).

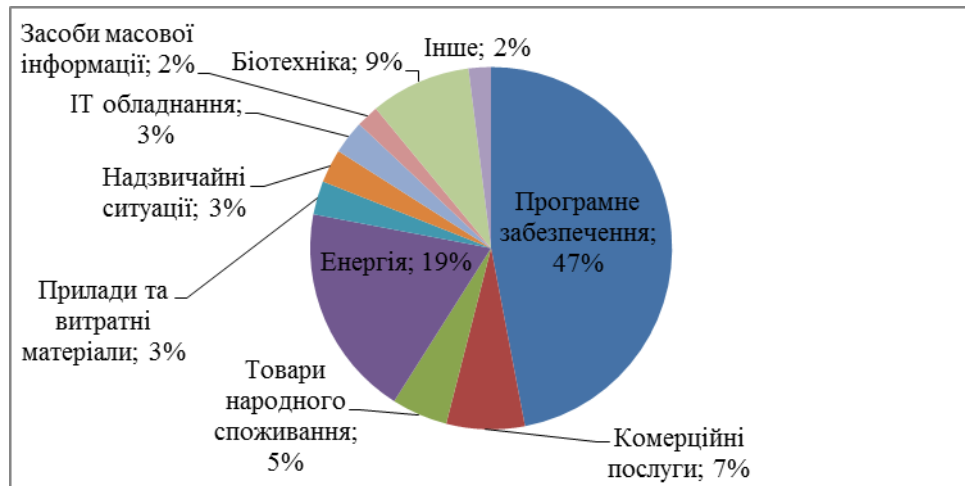


Рис. 1. Залучення венчурного капіталу фінансуванні інноваційних галузей країн Європейського союзу, 2017 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

Проведемо аналіз венчурний інвестицій в Україні і побачимо, що у нас ситуація зовсім інша. За інформацією Європейської асоціації інвестиційного бізнесу бачимо наступну структуру венчурного капіталу (рис. 2).

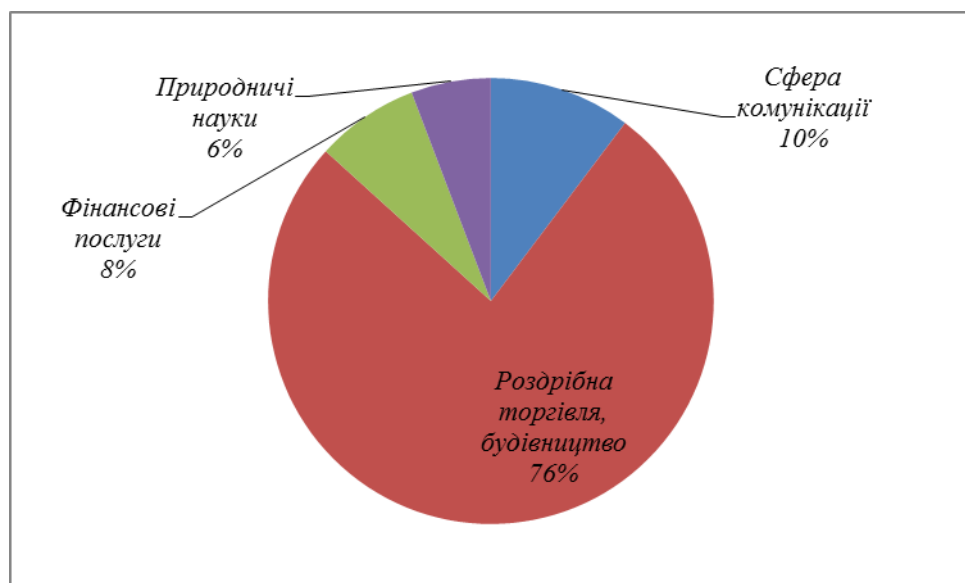


Рис. 2. Венчурний капітал у структурі за видами діяльності в Україні, 2017 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

Порівнявши структуру венчурного інвестування в Україні з Європою бачимо, що прослідковується певна тенденція на фінансове забезпечення інноваційних підприємств у сфері комунікацій, виробництва споживчих товарів, фінансових послуг та будівництва. Це є підтвердження того, що венчурні фонди в Україні створюються під активи одного клієнта (фінансово-промислової групи) для реалізації короткострокових проектів із середнім або низьким ступенем ризику, які дадуть можливість отримати короткострокові надприбутки, на відмінну довгостроковим технологічно-інноваційним проектам.

Розвиток венчурного фінансування в Україні стримують наступні чинники: мала кількість джерел венчурного фінансування; незначна кількість проектів, які характеризуватимуться високоефективною стратегією розвитку ринку; наявність невеликої кількості досвідчених фахівців у напрямі розвитку венчурного фінансування, які знатимуть технології відбору та селективного підбору важливих та актуальних інноваційних проектів.

Покращити існуючу ситуацію можливо завдяки створенню сприятливих умов для генерації та реалізації бізнес-ідей через інтеграцію науки і виробництва. Найбільш ефективною організаційно-економічною формою є технопарки. Вони здатні поєднати потенціал університетів, науково-дослідних структур, промислових підприємств та суб'єктів інноваційної інфраструктури різних рівнів.

Список використаних джерел:

1. *Web site of the European Venture Capital Association*. Electronic resource: <http://www.evca.eu>
2. *The Boston Consulting Group (BCG): TOP-50 innovative companies in the world*. Available at: <https://www.bcg.com>
3. Andrusiv, U., Kinash, I., Cherchata, A., Polyanska, A., Dzoba, O., Tarasova, T & Lysak, H. (2020). Experience and prospects of innovation development venture capital financing. *Management Science Letters*, 10(4), 781-788. doi: [10.5267/j.msl.2019.10.019](https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.019)
4. Андрусів У. Я., Сидор Г. В. (2018). Теоретичні аспекти інвестиційної діяльності: понятійний апарат. *Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії : матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Київ, 21–22 берез.2018 р.)*, Київ, С. 109–111.
5. Андрусів У. Я., Свідрак В. Інноваційне середовище з позиції венчурного інвестування в Україні. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернетконференції, 19-21 березня 2019 р. Ч. 2.* Львів: ЛНАУ, 2019. С. 23-26

6. *Central and Eastern European Private Equity Statistics 2017*. Available at: <http://www.investeurope.eu/media/504370/invest-europe-cee-statistics-2016.pdf>

УДК 339.138: 316.472.4

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Балюк Д. Ю., Костенко А. О., Шпінь В. М., Даляк Н. А.

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
e-mail: nadiya_d82@ukr.net*

В сучасному діджиталізованому світі величезну популярність отримали соціальні мережі, за допомогою яких багато людей присвячують свій вільний час спілкуванню один з одним, обміну різною інформацією, зокрема фотографіями, музикою, відеозаписами та іншими матеріалами. Саме з ростом популярності соціальних мереж збільшився і інтерес маркетологів до них, як до нового джерела цільової аудиторії для поширення своїх продуктів. Існує дві основні моделі просування бренду в соціальних мережах - SMM і SMO, що прийшли до нас із Заходу.

Перша модель - SMM (Social Media Marketing) має на увазі поширення товарів, послуг компанії через соціальний медіа-маркетинг, тобто через спілкування з представниками цільової аудиторії за допомогою соціальних ресурсів. Таким чином цей метод дозволяє залучити призначений для користувача трафік на сайт безпосередньо, а не через пошукові системи. SMM також охоплює і блоги, форуми, мережеві спільноти, різні медіа ресурси, які передбачають активне спілкування користувачів.

Друга модель - SMO (Social Media Optimization) являє собою проведення внутрішніх технічних робіт, що збільшують ефективність взаємодії сайту із соціальними системами. Основні дії по оптимізації зачіпають контент ресурсу, а також деякі елементи інтерфейсу, які, як правило, дозволяють інтегрувати сайт з однією або декількома соціальними площадками [1].

При порівнянні використання соціальних мереж з традиційним маркетингом, розкривається ряд переваг, оскільки приблизно 80% споживачів вивчають online-огляди перед придбанням товару, близько 75% жителів нашої планети не можуть уявити своє життя без мобільного телефону, особливо це стосується людей у віці 15-25 років, крім того, кожен четвертий телеглядач запевняє, що з допомогою соціальних мереж дізнається багато корисної інформації.

- Поширення даних за принципом «сарафанного радіо». Цей механізм чудово діє в соціальних мережах. Користувач відсилає інформацію про товари і послуги своїм друзям. Також він може завдяки вбудованим параметрами ділитися уподобаним контентом зі своїми знайомими, що є, з