

1. Левицька А.О. Методи оцінки конкуренто-спроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька // Механізм регулювання економіки. – 2013. - №4. – С. 155-163.

2. Особливості Web-додатків: URL: <http://sites.znu.edu.ua>.

3. Моделювання та інформаційні системи в торгівлі URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1243&T=15&lng=-1&st=0.

4. Фінансовий аналіз діяльності підприємства URL: https://pidruchniki.com/1580011943608/finansii/finansoviy_analiz_diyalnostipidpriyemstva.

5. Прогнозування і планування витрат обертання торгового підприємства URL: https://pidruchniki.com/17530607/ekonomika/prognozuvannya_planuvannya_vitratobertannya_torgovogo_pidpriyemstva_zagalnim_obsyagom_okremimi_stattyami.

УДК 378.147.88

Проскурня О.М., к.е.н., доцент,
Кобелєва Т.О., д.е.н., професор,
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»,
м. Харків

Розвиток інноваційного стартап підприємництва в малому бізнесі

На нашу думку, найбільш сприятливим ґрунтом для розвитку інноваційного стартап-підприємництва є сфера малого та середнього бізнесу. Для ефективної реалізації розроблених заходів на таких підприємствах необхідно подолати існуючі в їх діяльності проблеми. Напрямки, проблеми і тенденції розвитку малого бізнесу можна звести до наступних положень.

1. Малим підприємствам необхідно підвищувати ефективність маркетингу: вимога збільшення продажів може привести до непропорційно високого збільшення витрат на маркетинг; ключовим завданням малого бізнесу є забезпечення максимального обсягу продажів на одиницю вкладених в маркетинг і просування коштів.

2. Реклама та PR потребуватимуть більшої уваги як ключові види малого бізнесу: зростатиме значення просування як ключового бізнес-процесу; успіх, багато в чому, буде визначатися ефективним використанням нових технологій, таких як персоналізоване просування, комфортні голосові сервіси.

3. Широке використання короткого відеоконтенту є ефективним інструментом просування: дуже ефективно працює короткий відеоконтент, розміщений на сайті та в соціальних мережах; активне використання сервісів, які допомагають розміщувати, просувати короткі відеоролики - важлива тенденція розвитку в наступаючому році.

4. Довіра клієнтів та інвесторів – найважливіший актив для малого бізнесу: головне завдання – переконати клієнтів і партнерів повірити у вашу бізнес-ідею, завоювати довгострокову довіру.

5. Відгуки покупців є одним з основних інструментів просування: як показує практика, більшість клієнтів переглядають відгуки перед покупкою товару або послуги; в умовах обмеженого бюджету на просування широке використання відгуків дозволяє малому бізнесу активно взаємодіяти як з існуючими, так і з потенційними клієнтами.

6. Робота з локальними інфлюенсерами (особами, чия думка важлива для великої кількості людей, «лідерами думок») є перспективним інструментом для малого бізнесу: локальні інфлюенсери, блогери, лідери думок – хороший спосіб для малого бізнесу забезпечити максимальне охоплення аудиторії при мінімальному бюджеті.

7. Високий рівень мотивації персоналу та ефективне делегування є необхідними умовами успіху малого бізнесу: ефективність малого бізнесу забезпечується високою залученістю персоналу; можливості засновників не безмежні, тому є можливість ефективно делегувати і мотивувати співробітників.

8. Збільшення кількості працівників на віддаленій зайнятості: активне використання працівників у віддаленій зайнятості дозволяє скоротити поточні витрати, пов'язані з утриманням офісу, запропонувати додаткову мотивацію, розширити кадрову базу малих підприємств.

9. Комплексний підхід до мотивації персоналу інноваційного стартапу: малий та середній бізнес не може конкурувати за зарплатами з лідерами ринку, тому ефективна мотиваційна система є основою конкурентоспроможності; малий бізнес не може запропонувати цікаві варіанти мотивації співробітників.

Список використаних джерел:

1. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Дюжев В.Г. Креативний менеджмент // Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. Розд. 8. С. 581-649. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/44235>

2. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Сер.: Технічні науки. 2019. № 5. С. 140-146. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58557>

3. Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Зозуля М. О. Дослідження методів оцінювання конкурентоспроможності. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів, 17–19 берез. 2021 р. Львів, 2021. С. 252–254. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53460>

4. Перерва П.Г. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева // Економіка: реалії часу:

електрон. наук. вид. 2023. № 1 (65). С. 5-11. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/5.pdf>

5. [Перерва П.Г.](#), [Кобелева Т.О.](#), [Косенко А.В.](#), [Косенко О.П.](#), [Ткачова Н.П.](#) Стратегія маркетингу логістичних послуг у підприємницькій діяльності: ціноутворення та політика розподілу // Вісник НТУ «ХПІ» (екон. науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 1. С. 91-97. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964>

6. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>

7. Шаульська Л.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток // Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2023. № 3 (181). С. 14-23. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66827>

8. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>

9. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

УДК 244.812

Рибко В.О.,
кандидат економічних наук
Інститут економіки промисловості НАН України,
Київ

Характеристики ефективності аутсорсингу

Аутсорсинг - це використання зовнішніх ресурсів (матеріальних, трудових та інтелектуальних) в організації бізнес-процесів компанії. Він передбачає передачу деяких неперіоритетних частин виробництва або супутніх функцій сторонній організації. Аутсорсинг не слід ототожнювати з разовими послугами, оскільки він пов'язаний з веденням бізнесу і має довгостроковий характер.

Економічні та інституційні підходи до проблем конкуренції, кооперації та форм співробітництва між великими і малими підприємствами розглядалися в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених: Б.А. Анікіна, Н.Ю. Брюховецької, І.П. Булеєва, З.С. Варналія, В.І. Ляшенка та інших [1-5].

Національна економіка - це економіка великого бізнесу, що має багато негативних наслідків для держави (наприклад, нераціональна структура економіки, поява монополій, можливість користуватися перевагами дешевої робочої сили тощо).