

відстаючими і втратити свої позиції. Впровадження інноваційних проектів допомагає бізнесу бути більш конкурентоспроможним та успішним на ринку.

Нові технології та підходи допомагають покращувати виробничі процеси. Інновації можуть допомогти скоротити час виробництва, покращити використання ресурсів та скоротити кількість браку. Це призводить до зменшення витрат на виробництво та збільшення прибутку компанії [4].

Насамкінець, ще однією перспективою впровадження інновацій є покращення іміджу компанії. Інновації та нові технології допомагають компаніям бути у лідерах своєї галузі та створюють враження інноваційної та сучасної компанії. Це приваблює до компанії нових клієнтів та інвесторів.

Отже, перспективи впровадження інноваційних проектів для підприємства величезні, і ті, хто готові вкладати в інновації, мають великі шанси на успіх і виживання на ринку. Однак успішне впровадження інновацій потребує комплексного підходу, адекватної оцінки ризиків та грамотного управління проектом. Компанії, які готові до змін та готові ризикувати, можуть отримати значні вигоди та досягти успіху на ринку.

Література

1. Вплив інноваційних технологій на систему управління підприємством. URL: <http://surl.li/fsczq>.
2. Проблеми впровадження інноваційних технологій в управління персоналом підприємства. URL: <http://surl.li/fsdaw>.
3. Інноваційні методи управління підприємствами з огляду на оцінку їхньої ефективності. URL: <http://surl.li/fsdbp>.
4. Перспективи розвитку інноваційної діяльності підприємств в Україні. URL: <http://surl.li/fsenp>.

УДК 378.14

*Банім Ю. С., здобувач кафедри педагогіки та психології
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВУ: ДОСВІД ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЕКОНОМІК

Навчання підприємництву є вагомим чинником розвитку підприємницького середовища у нашій країні, про це також свідчить і досвід інноваційного підприємництва у Євросоюзі [3]. Підприємницька діяльність є основою сталого розвитку спільнот і регіонів, рушієм інновацій і технологічного прориву в трансформаційний економічний період. На підприємництво покладаються великі сподівання щодо активізації вітчизняної економіки в умовах повоєнного відновлення. Державна й урядова політика більшості європейських країн враховує потреби підтримки та розвитку малого й середнього бізнесу в різних формах: розвиток інфраструктури підприємництва, держані замовлення, пряма фінансова підтримка, стимулювання інновацій тощо. Серед нових тенденцій – спеціалізоване навчання підприємництву в закладах освіти та підприємницька підготовка з метою формування підприємницької культури, підприємницького мислення і підприємницької компетентності для всіх учасників економічних процесів на міжгалузевих/між інституційних платформах.

Яким чином реалізувати дидактичний процес у підприємницькій підготовці для нефахівців? На перший погляд, просте питання – проста відповідь: потрібно викласти основний зміст, що таке підприємництво, підприємницька діяльність і як організувати власну справу. На допомогу тут і величезний особистісно-мотиваційний чинник [1]. Однак, практика навчальної діяльності демонструє набагато складніші тенденції в

аспекті підготовки студентів (учнів/майбутніх фахівців) до самореалізації в підприємницькому середовищі та участі в інноваційному підприємстві. В процесі нашого дослідження (довосенний період) серед учнів старших класів загальноосвітніх шкіл було виявлено високі рівні прагнень до підприємницьких знань та інтересу до підприємницької діяльності. Опитування стосувалося аспектів: «Що б ви хотіли дізнатися про бізнес?»; «Чи хотіли б ви займатися підприємницькою діяльністю?». Учні у своїх міркуваннях висловлюються досить предметно і зацікавлено переважно щодо змістової частини власної справи, немає відвертого несприйняття й критичності щодо підприємницької активності. Це, на нашу думку, свідчить про суспільний оптимізм у ставленні до підприємництва в нашій країні, що підтверджується також результатами інших досліджень [2, с. 8] (табл. 1).

Таблиця 1

Ставлення до власного бізнесу

Країни порівняння	Показники порівняння				
	Мати власний бізнес – бажана можливість для мене зараз або в майбутньому	Володію необхідними навичками для відкриття бізнесу	У мене є необхідні ресурси для відкриття бізнесу	Моя родина чи друзі ніколи не відмовляли мене починати бізнес	Я б використав власну соціальну мережу (друзі/родина), якщо б починав бізнес
Україна	81%	65%	42%	72%	79%
США	41%	44%	29%	36%	41%
Японія	19%	9%	7%	10%	17%
Польща	46%	47%	26%	53%	44%
Весь світ	57%	52%	35%	48%	61%

Джерело: складено за джерелом [2, с. 8].

Переважна частина інтересу опитаних в нашому дослідженні стосувалися проблеми «як» правильно організувати власну справу, як діяти у випадку негараздів. Враховуючи виявлену тенденцію, вважаємо доцільним основну пропедевтичну роботу акцентувати якраз у старших класах загальноосвітньої школи і початкових курсах закладів вищої освіти. Опитування серед студентів – майбутніх економістів виявили їх більш формалізований підхід до опису підприємницької діяльності, більшу невпевненість в собі – можливо через розуміння складності й відповідальності у цій роботі, вони настроєні переважно бути найманими працівниками. У відповідях: 98% тих, хто виявив бажання до підприємництва, мають попередній досвід підприємницької діяльності з підліткового та юнацького віку (переважно у справах батьків та родичів). Тенденція дещо змінюється у студентському середовищі – зменшується відсоток бажаності займатися підприємницькою діяльністю. Усвідомлені мотиви щодо підприємництва (бажання/небажання) мають переважно неекономічний характер (83,4%). При цьому, всі мотиви бажання «крутяться» навколо потреб (гроші, престиж, самореалізація, соціальні мотиви – допомагати людям, створювати потрібні товари і надавати послуги. Мотиви небажання мають особистісний характер (висока відповідальність), економічний характер (багато інституційних перешкод, податковий тягар, багато адміністративних перевірок), дидактичний характер (недостатньо знань про цей вид зайнятості й діяльності). Виявлено, що в студентському середовищі більший ентузіазм, творчість, інтерес до підприємницької діяльності виявили дівчата. Чому студенти-початкуючі підприємці неохоче беруть участь у конкурсах і фестивалях стартапів? Тому, що вони не є вигодонабувачами ні в якій формі, однак фактично «дарують» на загал свої підприємницькі ідеї. «Мотивацією для українського підприємця є зробити продукт кращим, швидшим, сильнішим або дешевшим» [1]. Участь у конкурсах – це винести на суд свою мотивацію і технологію досягнення свого бажаного результату.

На нашу думку, актуальним для розвитку інноваційного підприємництва в Україні є створення муніципальних громадських навчально-професійних гейміфікованих смарт-систем із залученням мульти-рольових соціальних учасників. Замовником, спонсором та організатором такої справи доцільно бути органу місцевої влади (місцевого самоврядування), модератором-адміністратором – незацікавлена особа. У такій моделі ігровим полем стане певний вид підприємницької (галузевої) діяльності для вирішення локальної економічної проблеми (потреби), учасники – зацікавлені особи в реальному часі, які можуть виконувати окремі фрагменти техніко-економічного завдання. Такий підхід узгоджується також із сучасними трендами кластерної співпраці, що набуває поширення у Євросоюзі [3].

Література

1. Портрет українського підприємця: експертний аналіз та оцінки представників бізнесу. URL: <https://ua.news/ua/money/portret-ukrainskogo-predprinimatelja-ekspertnyj-analiz-i-otsenki-predstavitelej-biznesa>
2. AGER 2020. Amway Global Entrepreneurship Report. 2020. 19 с.
3. Cluster programmes in Europe and beyond. URL: <https://www.clustercollaboration.eu/eu-initiatives/european-cluster-observatory>.