

Весомое место занимает увеличение выбросов автотранспортом за счет роста количества приобретаемых автомобилей. Не смотря на большой объем выбросов парниковых газов в атмосферу, Украина остается одним из лидеров торговли квотами, при этом денежные средства, вырученные от продажи, используются не по целевому назначению и практически не отображаются в статистической отчетности.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Л. И. Коваленко, Н. П. Омельченко/ Коваленко Л.И., Омельченко Н.П.//Загальнодержавний науково-технічний журнал «Проблеми екології». – 2009. – № 1–2. – С.16–19
2. Динаміка викидів забруднюючих речовин та діоксиду вуглецю в атмосферне повітря [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2009/ns\\_rik/ns\\_u/dvsvr\\_u2008.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2009/ns_rik/ns_u/dvsvr_u2008.html)
3. Аналітична доповідь «Довкілля України у 2012 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/ns\\_rik/analit/arhiv.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/ns_rik/analit/arhiv.htm)
4. Аналітична доповідь «Довкілля України у 2011 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/ns\\_rik/analit/arhiv.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/ns_rik/analit/arhiv.htm)
5. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/FIN38530.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN38530.html)
6. Постанова НКРЕ від 26.09.2013 № 1278 «Про встановлення «Зелених» тарифів на електричну енергію на жовтень 2013 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nerc.gov.ua/?id=5954>
7. Закон України «Про Електроенергетику» від 16.10.1997 № 575/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/575/97-%D0%B2%D1%80>
8. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» від 20.02.2003 № 555-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/555-15>
9. Украина может потерять все выгоды от Киотского протокола [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minfin.com.ua/2012/09/18/651913/>

УДК 336.012.23:330.341.1(447)

### ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЦЕСУ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНОК ЯК ЧИННИКИ ЗАГРОЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

*С. С. Лаврик, Т. І. Кравченко*

*Резюме.* У даному дослідженні вивчено вплив недостатнього фінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок на забезпечення фінансової безпеки України. Виявлено, які саме загрози фінансової безпеки країни спричинює недофінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок. Розглянуто альтернативні джерела фінансування зазначеного процесу, окрім фінансування з боку держави.

*Ключові слова:* інноваційна продукція, фінансова безпека, процес просування інноваційної продукції, фінансування.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах Україна зіткнулася з багатьма економічними проблемами, що спричиняють собою низку загроз фінансовій безпеці країни та потребують негайного вирішення. Однією з таких проблем є забезпечення фінансування процесу просування інноваційної продукції. Задля запобігання та мінімізації ризиків фінансової безпеки України, а також враховуючи кон'юнктуру ринку і динаміку розвитку інноваційних технологій сучасного світу, потрібен постійний моніторинг усіх стадій інноваційного процесу, починаючи від розробки і закінчуючи просуванням інноваційної продукції на ринок, що можливо забезпечити тільки за умов сталого фінансування, яке, на жаль, не відбувається в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти забезпечення фінансової безпеки держави розглядаються багатьма вітчизняними вченими та фахівцями-практиками, серед яких доцільно визначити С. І. Юрія, В. М. Федосова, М. М. Єрмошенка, Л. А. Азьмука, М. О. Александрову, О. І. Савицьку [1,2,3]. Фінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок займає важливе

місце у фінансовій сфері України, а дослідженню цього процесу присвячені роботи зарубіжних і вітчизняних вчених, таких як: В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов, Г. В. Возняк, В. А. Лобода, Л. Й. Федулова, П. А. Гомперс, Дж. Лернер та інші [4,5,6,7,8,9]. Однак, варто зазначити, що на сучасному етапі недостатньо вивчені питання, що до впливу та наслідків недофінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок на забезпечення фінансової безпеки України, що потребує більш глибокої систематизації можливих загроз, негативних факторів та вживання заходів щодо їх попередження та нейтралізації.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Перш за все необхідно зазначити, що структура фінансової підтримки процесу просування інноваційної продукції на ринок не може розглядатися окремо від фінансової підтримки інноваційних проектів, а також є невід'ємною частиною національної інноваційної системи. Нажаль, можна констатувати, що як національна інноваційна система України у цілому, так і структура фінансової підтримки інноваційних проектів та просування інноваційної продукції на ринок зокрема, знаходяться у стані, який не можна назвати ні ефективним, ні таким, що відповідає сучасним вимогам світового технологічного та економічного розвитку. У свою чергу це породжує цілу низку проблем для економіки України та створює загрозу для її фінансової безпеки.

Слід вказати, що вплив негативних факторів на фінансову безпеку України відбувається не прямо, а опосередковано, через зовнішньоекономічну, інноваційно-технічну, енергетичну та промислову безпеку. Це відбувається через те, що процес просування інноваційної продукції на ринок є надзвичайно широким поняттям, яке можна визначити як сукупність послідовних дій (етапів), що забезпечують перехід потенційних споживачів інноваційної продукції у розряд дійсних, шляхом передачі виробником права власності на неї (або права користування) з метою отримання вигоди в короткостроковому та /або довгостроковому періоді усіма суб'єктами, що беруть участь у цьому процесі [10]. Таким чином, інноваційна продукція у процесі просування її на ринок охоплює безліч сфер.

У свою чергу під фінансовою безпекою держави слід розуміти такий стан бюджетної, грошово-кредитної, банківської, валютної системи та фінансових ринків, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних загроз, захищеністю фінансових інтересів на усіх рівнях фінансових відносин, якістю системної сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, здатністю забезпечити достатні обсяги фінансових ресурсів для всіх суб'єктів господарювання і населення, що дозволить забезпечити певний рівень незалежності, стабільності фінансової системи країни в умовах впливу на неї дестабілізуючих факторів, а також в цілому ефективного та стабільного функціонування національної економічної системи її сталого зростання та соціального розвитку [1,2].

Стан фінансової безпеки визначають багато індикаторів, серед яких: рівень збалансованості державного бюджету та його дефіцит; обсяги боргів держави; стан грошово-кредитної та податкової системи країни; рівень інфляції; бартеризація економіки; рівень конкурентоспроможності вітчизняної інноваційної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках тощо.

Зазначені чинники утворюють і зовнішні загрози, такі як: зростання зовнішнього державного боргу; втручання міжнародних фінансових організацій у національну фінансово-кредитну сферу; залежність вітчизняного фінансового ринку від світового; значне від'ємне зовнішньоторговельне сальдо; дефіцит платіжного балансу країни.

Аналіз рівня фінансової безпеки України свідчить, що значну загрозу фінансовій

безпеці становить недостатнє фінансування інноваційної діяльності в Україні і зокрема процесу просування інноваційної продукції на ринок.

Так, основним джерелом фінансування інноваційної діяльності у період 2000-2012 рр. були власні кошти підприємств, об'єм яких у 2012 р. зменшився на 3,3% у порівнянні з 2011 р. і склав 7,3 млрд. грн. При цьому здійснюється значний ріст (на 50,3%) частини видатків з Державного бюджету у 2012 р. у порівнянні з 2011 р. Однак в загальній структурі джерел займає лише 1,9%. В цілому у 2011 р. підтримку держави у розмірі 161,4 млн. грн. отримало 51 підприємство [11].

Якщо проаналізувати приплив іноземних інвестицій в 2011 р., то він склав 56,9 млн. грн., що на 97,6% менше порівняно з 2010 р. Доступ до засобів іноземних інвесторів мали 11 підприємств, в той час як вітчизняні інвестори профінансували лише 14 підприємств на суму 45,4 млн. грн., що на 46,5% більше, ніж у 2010 р. Кредитними ресурсами в сумі 5489, 5 млн. грн. скористалися 50 підприємств, розмір яких в 2011 р. виріс у 8,8 разів у порівнянні з 2010 р. [11,12].

Такий розподіл фінансових ресурсів став однією з причин зміни рівня інноваційної активності промислових підприємств в Україні у 2012 р. порівняно з 2011 р.

Аналіз статистичної інформації показав, що у 2012 р. кількість успішних промислових підприємств, що впроваджували у виробництво нові види продукції та інноваційні процеси, зросла на 3,3% порівняно з 2011 р., на 12,7% - порівняно з 2010 р. і на 69,3% порівняно з 2005 р. і склала 1371 промислове підприємство. Однак все ж частка цих промислових підприємств, що у загальній кількості займається інноваційною діяльністю у 2012 р. зменшилась на 1% порівняно з 2011 р. У 2012 р. обсяг реалізованої інноваційної продукції зменшився на 14,6% порівняно з 2011 р. і склав 36,2 млрд. грн., або 3,3% від загального обсягу реалізованої промислової продукції [11,12].

Відсутність дієвого механізму фінансування масштабних наукових досліджень і технологічних змін на основі впровадження інновацій не дозволяє міністерствам та іншим центральним органам виконавчої влади мати достатньо коштів для інноваційної трансформації галузей національної економіки. Керівники вітчизняних підприємств звикли працювати за традиційними схемами, їх правова та економічна грамотність перебуває на низькому рівні. Більша частина інвестицій здійснюється у великі і брендові підприємства, а в наукомістке виробництво вітчизняні та іноземні інвестори з кожним роком вкладають все менше і менше.

Одним з можливих шляхів забезпечення надійної фінансової безпеки та відновлення сталого економічного розвитку є перехід на інноваційний шлях розвитку країни. Однак, сфера науки та наукоємного виробництва в Україні знаходиться у глибокій кризі, яка зумовлена скороченням державного фінансування, зменшенням кількості науковців та інженерів, через скорочення витрат бюджету на НТП, занедбанням експериментально-технічної бази та витіканням фахівців – інноваційна діяльність за фактом не входить до пріоритетів діяльності уряду.

Декілька років тому українським урядом було проголошено інноваційний шлях економічного розвитку України [13]. У той же час, державний бюджет досі не відображає наявності фінансових ресурсів задля реалізації наголошеного. Хоча, треба зазначити, що, не існує жодного прикладу у світі, коли б уряд міг повністю забезпечити фінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок. Частіше суб'єкти господарювання, що розробляють інноваційну продукцію та не в змозі самостійно профінансувати зазначений процес, залучають до нього альтернативних учасників.

Систематизуємо проблеми та наслідки недофінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок та їх вплив на фінансову безпеку України на рис. 1.

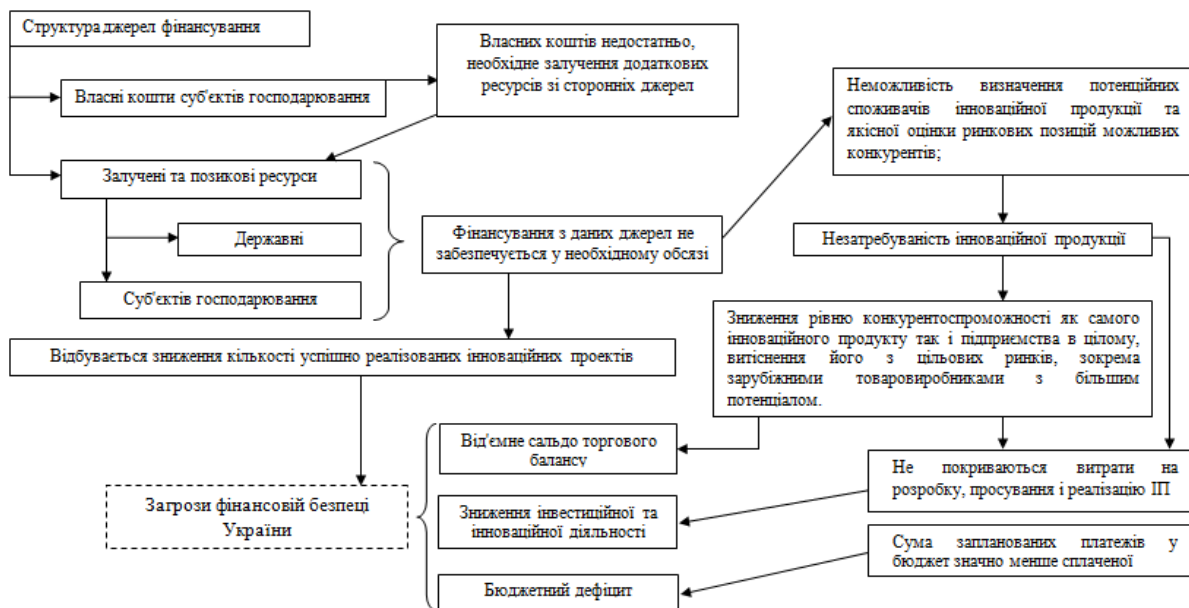


Рис. 1. Проблеми та наслідки недофінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок та їх вплив на фінансову безпеку України

Як свідчить рис.1, процес просування інноваційної продукції на ринок неможливий без його фінансування, що відбувається за рахунок як власних, так і залучених коштів суб'єктів господарювання.

До власних коштів суб'єктів господарювання, що спрямовуються на фінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок можна віднести:

- інвестиційні ресурси підприємств, фонди розвитку виробництва;
- внески, пожертвування, продаж акцій, додаткова емісія акцій.

Однак слід зазначити, що власних коштів суб'єктів господарювання завжди недостатньо і ключовими джерелами ресурсів для фінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок є кошти: бюджетів всіх рівнів; позабюджетних фондів; венчурних фондів; старт-ап фондів; банківських установ (кредити); грантодавців, та ін.

Як відомо, основними учасниками фінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок у високорозвинених країнах є комерційні банки, приватні пенсійні фонди, інвестиційні компанії та фонди центральних та місцевих органів влади, кредитні спілки, страхові компанії, спеціальні інноваційні та венчурні фонди, фізичні особи-інвестори.

Якщо розглянути недержавні фінансові інститути за рівнем участі у фінансуванні процесу просування інноваційної продукції на ринок в Україні, то картина виглядатиме наступним чином: середній рівень участі мають комерційні банки, спеціальні інноваційні фонди та венчурні фонди; низький рівень – кредитні спілки, страхові компанії, приватні пенсійні фонди, інвестиційні компанії та фонди і дуже низький рівень залучення мають фізичні особи-інвестори.

Зважаючи на те, що центральна та місцева влада має також низький рівень участі у фінансуванні процесу просування інноваційної продукції на ринок, національна інноваційна система де-факто практично позбавлена ефективно діючої структури фінансової підтримки проєктів, її функціонування носить клаптиковий, епізодичний характер, спрямований на вирішення окремих, нагальних та невідкладних завдань, які не мають спільної стратегічної мети.

У нашій країні є високий науково-технічний потенціал визнаних у світі власних наукових шкіл та унікальних технологій розроблення нових матеріалів, біотехнологій,

медицині, радіоелектроніки, фізики низьких температур, ядерної фізики, електрозварювання, технологій у галузі інформатики, телекомунікацій та зв'язку тощо. Але в той же час для України поки що характерний низький рівень фінансування інноваційної діяльності та процесу просування інноваційної продукції на ринок.

Так, внаслідок недофінансування процесу просування інноваційної продукції на ринок виникає низка проблем:

- знижується кількість успішно реалізованих інноваційних проектів, що призводить до виникнення загроз фінансової безпеки;
- виникає неможливість визначення потенційних споживачів інноваційної продукції та їх попит на неї;
- оцінка ринкових позицій можливих конкурентів може бути недостатньо об'єктивною.

Недофінансування суб'єктами господарювання необхідних маркетингових досліджень призводить до того, що інноваційна продукція, потрапляючи на ринок, може стати не до вподоби потенційним споживачам. Може виникнути ситуація, коли інноваційна продукція конкурентів, що можуть бути не тільки національними, буде більш конкурентоспроможною. Втрата конкурентних позицій національними виробниками інноваційної продукції на цільових ринках призведе до зниження запланованих обсягів її реалізації, а внаслідок – до не покриття витрат на її розробку і просування на ринок, що тягне за собою недоотримання бюджетами коштів, тобто сума запланованих платежів у бюджет буде значно меншою за заплановану.

Таким чином, Україна ще має науково-технічний потенціал і не зважаючи на негаразди ще є можливість для переходу на інноваційний шлях розвитку та створення стабільної, високорозвиненої економіки. Однак для цього потрібні термінові дії щодо консолідації зусиль влади, суспільства та бізнесу, створення задовільного інвестиційного клімату та залучення нового капіталу для забезпечення інноваційно-технологічного розвитку. Тільки завдяки злагодженій роботі всіх елементів може статися зростання виробництва в Україні та вихід української високотехнологічної інноваційної продукції на світові ринки, а також створення дієвої системи фінансової безпеки держави. Співпраця на міжнародному рівні є основною рушійною силою у досягненні цих цілей.

Отже, мобілізація внутрішніх резервів навколо інноваційної діяльності, залучення європейського досвіду, активізація інноваційних процесів через фінансове стимулювання, залучення фахівців та чиновників до співпраці, заохочення приватного капіталу, тобто інвесторів, до співпраці з наукою – все це забезпечить створення дієвого механізму фінансової безпеки України а також в цілому ефективно та стабільне функціонування національної економіки, її стале зростання та соціальний розвиток.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Юрій С. І. Фінанси [Текст]: підручник / С. І. Юрій, В. М. Федосов. – К. : Знання, 2008. – 611 с.
2. Єрмошенко М. М. Сучасні проблеми розвитку національної економіки і шляхи їх розв'язання [Текст] : колективна наук. монографія / М. М. Єрмошенко, Л. А. Азьмук, М. О. Александрова та ін.; за наук. ред. : М. М. Єрмошенко; Нац. акад. упр. – К. : Нац. акад. управління, 2008. – 451 с.
3. Савицька О. І. Оцінка та шляхи забезпечення фінансової безпеки України [Текст] / О. І. Савицька // Економічний форум. – 2012. – №3. – С.14.
4. Возняк Г. В. Методичні особливості оцінки ефективності фінансування інноваційних проектів прибутком від основної діяльності / Г. В. Возняк, А. Я.Кузнєцова // Актуальні проблеми економіки. — 2005. — № 4 (46). — С. 81–91.
5. Лобода В. А. Средства продвижения научно-технической продукции / В. А. Лобода // Новости науки и технологий. — Минск: ГУ «БелИСА». — 2008. — №1 (7). — Режим доступа к журн.: [http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/1\\_2008/art5\\_7\\_2008.html](http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/1_2008/art5_7_2008.html).
6. Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки /

- М. М. Меркулов, В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
7. Федулова Л.И. Перспективы инновационно-технологического развития промышленности Украины / Л.И. Федулова // Экономика Украины. — 2008. — № 7. — С. 24 — 36.
  8. Gompers P. A. The Rise and fall of venture capital / Gompers P. A. // Business and Economic History. — 1995. — P. 1–26.
  9. Lerner J. The syndication of venture capital investments / Lerner J. // Financial Management. — 1994. — P. 16–27.
  10. Кравченко Т. И. Процесс продвижения инновационной продукции на рынок: сущность, особенности организации / Т. И. Кравченко // Бизнес Інформ. – Х. : Видавничий дім «Інжек», 2013. – №6. – С.150–155.
  11. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
  12. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Текст]: статистичний збірник. – К.: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держстату України”. – 2012. – 305 с.
  13. Про загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій: Закон України // Інвестгазета. — 2006. — № 47. — С. 11 — 12.

УДК 659.137.11

## PRODUCT PLACEMENT В КИНЕМАТОГРАФЕ

*О. Ю. Лепихова, И. А. Ахновская*

*Резюме:* В данном исследовании рассмотрены особенности размещения Product Placement в зарубежном и отечественном кинематографе, проанализировано современное состояние и перспективы дальнейшего использования технологии размещения скрытой рекламы в фильмах, сериалах и мультфильмах.

*Ключевые слова:* Product Placement, скрытая реклама, кросс-промоушен, маркетинг, PR.

Используя возможности кинематографа, можно продать все что угодно, кроме политики и религии.

Дэрил Ф. Зэнак

С развитием экономики растёт и развитие рекламных технологий. Человек подвергается воздействию рекламы всё больше, часто даже не замечая этого.

Открытое агрессивное воздействие рекламы часто начинает вызывать у человека негативную реакцию. В течение многих лет реклама и промоушн развивались совместно и достигли определенной точки, в которой понимание развлекательного жанра и коммерческого интереса слились воедино. Так возник такой маркетинговый инструмент предприятия как продакт плейсмент.

Product Placement — приём неявной (скрытой) рекламы, который заключается в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах — имеет реальный коммерческий аналог. Обычно демонстрируется сам рекламируемый продукт либо его логотип, или упоминается о его хорошем качестве. Это партизанская тропа к сознанию покупателя.

В данном исследовании *целью* является анализ Product Placement в сфере киноиндустрии. Product Placement сформировался в начале XX века. Часто появление этого инструмента связывают со временем появления торговых марок. Первыми метод скрытой рекламы начали применять американские радиостанции, которые еще в 1920-х гг. прошлого столетия активно использовали свое эфирное время для продвижения различных услуг и товаров. Кинематограф последовал за ними немного позже.

Теперь Product Placement наиболее ярко представлен как раз в кино. В апреле 2006 года Broadcasting & Cable огласил статистику, согласно которой две трети