

Список літератури: 1. Council of Logistics Management. Annual Report. Oakbrook (ILL.), 1985. 2. Coase R.H. The Problem of Social Cost / R.H. Coase // Journal of Law and Economics. – 1960. - № 3. – p. 1 - 44. 3. Shchokolova T.V. Bases of Axiomatic Theory of Economic Analysis / T.V. Shchokolova // Journal of Applied Mathematics, Statistics and Informatics (JAMSI). – Trnava: The University of Saint Cyril and Method. – 2009. - № 5. – P. 61 – 97.

А.П. Косенко, канд. екон. наук, НТУ «ХП»

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РЫЧАГ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ

Понятие «рычаг» широко используется в различных естественных науках и обозначает приспособление или механизм, позволяющий усиливать воздействие на некоторый объект. В контексте данного исследования понятие технологического рычага будет отражать уровень изменения приращение капитала предприятия по отношению к уровню изменения его затрат на интеллектуально-технологические разработки. При положительном значении технологического рычага можно делать вывод об уровне инновационной восприимчивости предприятия-разработчика технологических новаций, его умении и способности не только разрабатывать прогрессивные инновации, но и эффективно использовать (коммерциализировать) свои интеллектуальные разработки, объекты интеллектуальной собственности (ОИС).

Концепция технологического рычага была разработана рядом российских и зарубежных исследователей с целью установления связи между технологической эффективностью и эффективностью операционной и финансовой деятельности предприятия. Технологический рычаг это мера способности инновационного предприятия распространять передовые знания, технологии, прикладные ноу-хау (т.е. осуществлять трансфер технологий), полученные в процессе создания базового объекта интеллектуальной собственности, на множество продуктов для конечных пользователей.

Аналитическая модель технологического рычага может быть выражена с использованием стоимостного подхода через учетно-балансовую стоимость использованных материальных активов следующим образом:

$$TP = \sum_{i=1}^N \frac{Z_i}{Z_{\text{баз}}} + \frac{Z_{\text{баз}}}{Z_{\text{баз}}}, \quad (1)$$

где TP - технологический рычаг; N - количество новых сфер и направлений использования базового объекта интеллектуальной собственности ($OIS_{\text{баз}}$) в продуктах и технологиях; $Z_{\text{баз}}$ - затраты (стоимость материальных активов), связанные с разработкой $OIS_{\text{баз}}$; Z_i - стоимостная оценка материальных затрат на разработку i -го продукта или технологии, созданных с использованием $OIS_{\text{баз}}$.

Наличие технологического рычага на предприятии, исходя из логики формулы (1), может быть определено только в том случае, если значение TP в формуле (1) будет больше двух ($TP > 2$). В противном случае создание $OIS_{\text{баз}}$ не позволяет создать ничего существенного, так как полученные результаты не превышают затрат на создание самого $OIS_{\text{баз}}$.

Отсюда следует вывод о том, что концепция технологического рычага объясняет, как создание нового ОИС может поднять стоимость бизнеса, превышая в разы экономическую ценность $OIS_{\text{баз}}$, взятой изолированно. Кроме того, появляется реальная возможность эффективного мониторинга экономической отдачи (востребованности, использования, применяемости) конкретного ОИС, права на который находятся в распоряжении данного предприятия, его влияния на систему финансового менеджмента.

В этом плане следует заметить, что еще до того, как разработанные на предприятии новые сферы и направления использования базового объекта интеллектуальной собственности ($OIS_{\text{баз}}$) будут материализованы в новых орудиях труда или предметах потребления (а именно тогда произойдут реальные изменения в стоимостной структуре материальных активов и

капитала предприятия), технологический рычаг *ОИС_{баз}* будет оказывать косвенное воздействие на данные активы. Это позволяет сделать вывод о том, что воздействие технологического рычага будет прямо пропорционально активности предприятия в двух направлениях:

- во первых, по использованию базовой разработки *ОИС_{баз}* для создания новых интеллектуальных продуктов;

- во-вторых, в системе внутреннего и внешнего трансфера технологий.

Э.А. Ковпак, к.э.н., доцент

А.В. Нестеренко, магистрант

АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ИНТЕРНЕТ-СУПЕРМАРКЕТА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Мировой экономический кризис ускорил процесс перевода традиционных видов бизнеса в электронный. Под электронным бизнесом подразумевается совокупность финансовых и торговых транзакций, осуществляемых при помощи компьютерных сетей, а также бизнес-процессов, связанных с проведением таких транзакций. Электронная коммерция является одним из наиболее перспективных вариантов развития торговли в настоящее время. В электронном бизнесе скорость осуществления транзакций играет немаловажную роль, а это выдвигает требования к оптимизации всех бизнес-процессов на основе широкого использования информационных и телекоммуникационных технологий. Торговля продуктами питания через сеть Интернет в Украине находится на зачаточной стадии, и составляет меньше 0.1% от всего оборота по продуктам питания в стране в целом (для сравнения, аналогичный показатель в Великобритании составляет 5%, а в США - 2.5% [1]). Неразвитость и вместе с тем перспективность данного направления торговли в Украине, необходимость принятия и адаптации зарубежного опыта интернет-