

**Література:** 1. Бакум В. В. Особливості формування системи управління регіоном : научное издание / В. В. Бакум // Економіка АПК. – 2007. – № 4. – С. 27–33. 2. Божидарнік Т. В. Світовий досвід створення інноваційної інфраструктури / Т. В. Божидарнік, Н. В. Божидарнік // Економічний форум : наук. журн. – Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2011. – № 2. – С. 54–61. 3. Войнаренко М. П. Кластери в інституційній економіці : монографія / М. П. Войнаренко. – Хмельницький : ХНУ, 2011. – 502 с. 4. Гаврилко П. П. Фактори інноваційного розвитку промисловості / П. П. Гаврилко, А. В. Колодійчук, В. М. Черторижський // Науковий вісник НЛТУ. – Вип. 21.11 – Львів, 2011. – С. 201–205. 5. Городиський Т. І. Інноваційний потенціал: фактори впливу / Т. І. Городиський // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. – Львів: РВВ НЛТУ України, 2007. – Вип. 17.2. – С. 276–284. 6. Менеджмент: теорія і практика : навч. посібн. / А. А. Мазаракі, Г. Є. Мошек, Л. А. Гомба, І. К. Погодаєв. Ю. В. Поканевич. А. В. Семенчук; за заг. ред. канд. екон. наук, проф. Г. Є. Мошека. – К. : Атака, 2007. – 584 с. 7. Механізми підвищення конкурентного потенціалу промислових підприємств : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника, канд. екон. наук, доц. М. В. Ніколайчука. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – 347 с. 8. Полозова Т. В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств промисловості / Т. В. Полозова, Ю. В. Овсяченко // Вісник МСУ = Vesntnik VSU . – (Економічні науки). –Том VIII. – 2005. – №1–2. – С. 63–65. 9. Костюк А. К. Інноваційний розвиток підприємств: економічні умови, проблеми та перспективи / А. К. Костюк, К. О. Бояринова // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2011. – Вип. 5. – С. 30–33. 10. Супрун О. М. Господарський механізм у розвитку та регулюванні економіки / О.М. Супрун // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2011. – № 1. – С. 122–124. 11. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник / С. М. Ілляшенко ; 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД "Університетська книга"; К. : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с. 12. Шкода М.С. Особливості державного стимулювання інноваційних процесів в країні / М. С. Шкода // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. -- №7. – С. 52-55. 13. Шкода М.С. Теоретичний аналіз трактування поняття «проект розвитку» / М. С. Шкода // Економіка. — 2012. — № 623-626. — С. 158–161.

## **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО БІЗНЕС–ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВА**

**(НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ЮВЕЛІРНОЇ ГАЛУЗІ)**

*Щербак В. Г. д.е.н., проф., Єрмакова Д.О. магістр*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**Анотація.** У статті розглянуто особливості бізнес–планування для інноваційних проектів. Здійснено аналіз розвитку підприємств ювелірної галузі України, визначено основні проблеми та особливості їх функціонування. Запропоновано системний підхід до бізнес–планування інноваційних проектів ювелірних підприємств.

**Ключові слова:** інновація, інноваційний проект, бізнес, бізнес–планування, бізнес–план інноваційного проекту, системний підхід, ювелірна галузь.

## СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К БИЗНЕС–ПЛАНИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ)

*Щербак В. Г. д.э.н., проф., Ермакова Д.О. магистр*

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности бизнес–планирования для инновационных проектов. Осуществлен анализ развития предприятий ювелирной отрасли Украины, определены основные проблемы и особенности их функционирования. Предложен системный подход к бизнес–планированию инновационных проектов ювелирных предприятий.

**Ключевые слова:** инновация, инновационный проект, бизнес, бизнес–планирование, бизнес–план инновационного проекта, системный подход, ювелирная отрасль.

## SYSTEM APPROACH TO BUSINESS PLANNING OF INNOVATIVE PROJECTS OF THE ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF THE ENTERPRISES OF JEWELRY INDUSTRY)

*Shcherbak V., Yermakova D.*

*Kyiv National University of Technology and Design*

**Annotation.** The article describes the features of business planning for innovative projects. The analysis of the development of the jewelry industry enterprises of Ukraine has been fulfilled, the main problems and features of their operation identifies have been defined. A system approach to business planning of innovative projects of the jewelry enterprises is offered.

**Key words:** innovation, innovative project, business, business planning, business plan for an innovative project, system approach, the jewelry industry.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Сучасний стан економіки України викликає необхідність пошуку шляхів виживання та розвитку вітчизняних підприємств ювелірної галузі. Ювелірний ринок за останні роки скоротився майже у чотири рази, ціни на золото та срібло зростають, а платоспроможність населення падає. Проблеми низької ефективності господарської діяльності в ювелірній галузі викликані не тільки нестабільною зовнішньоекономічною ситуацією, але й за рахунок внутрішніх чинників, у першу чергу низького рівня менеджменту на підприємствах. В умовах послідовного становлення економічних знань все більшого значення набувають нові знання, які передують в бізнес–ідею. Для того, щоб її реалізувати, необхідно розробити грамотний бізнес–план.

Так як наша країна знаходиться на постіндустріальному етапі розвитку, вона прагне до інноваційних змін. Як правило, впровадження новітніх технологій, найчастіше асоціюється з передовими технологіями, космосом або хай–теком і ніколи з виробництвом ювелірних виробів. Однак, насправді, інновацій в ювелірній справі дуже багато. Сучасні технології дали можливість отримати цікаві нові фактури, починаючи від м'якого матового кольору і закінчуючи унікальним покриттям модним родієм. Такі нововведення дозволяють отримати універсальні і в той же час неповторні ювелірні вироби. На жаль, в умовах економічної нестабільності, викликані наслідками світової кризи, для інвестування інноваційних проектів в ювелірній галузі власних коштів, як правило, буває недостатньо. Підприємства змушені залучати до цих процесів позикові

ресурси, обґрунтовуючи їх необхідність і доцільність за допомогою відомих інструментів бізнес–планування.

Системний підхід – це методологія розгляду різного роду комплексів, що дозволяє глибше і краще осмислити їх сутність (структуру, організацію та інші особливості) і знайти оптимальні шляхи і методи впливу на розвиток таких комплексів і систему управління ними. Він дозволяє усунути головний недолік підходів різних шкіл управління, який полягає в тому, що вони зосереджують увагу на якомусь одному важливому елементі. Системний підхід означає аналіз не окремо, а в системі, тобто певного зв'язку елементів цієї системи. При використанні системного підходу до бізнес–планування інноваційних проектів підприємств ювелірної галузі, ймовірність успішного виконання кожного окремого проекту і всіх проектів організації в цілому істотно підвищується.

**Короткий аналіз останніх досліджень і публікацій.** Деякий досвід у втіленні інноваційних проектів за роки незалежності накопичили підприємства України. Він позитивно свідчить про переваги проектного управління, як засобу постійної адаптації підприємства до швидких змін навколишнього середовища. Методичні, методологічні та прикладні питання бізнес–планування інноваційної діяльності залишаються об'єктом наукових досліджень. Вагомий внесок у вирішення цієї проблеми належить вітчизняним дослідникам: С.Ф. Покропивному [1], В.П. Гетало [2], І.З. Должанському [3], В.В. Македону [4] та ін. Вивченням інновацій та змін у всіх сферах бізнесу займалися такі економісти, як Й.А. Шумпетер [5], Т. М. Янковець [6], М.М. Єрмошенко, Л.М. Ганущак–Єфіменко [7], В. Г. Щербак [8].

**Виділення невирішених частин загальної проблеми.** Незважаючи на таку кількість вчених, питання саме системного підходу до бізнес–планування інноваційних проектів підприємства є недостатньо вивченим.

**Постановка завдання.** Мета дослідження – запропонувати підхід до формування бізнес–планування інноваційних проектів підприємств ювелірної галузі.

**Основні результати дослідження.** Створення нових проектів передбачає попереднє економічне обґрунтування їх доцільності, подальше планування необхідних витрат на їх здійснення та очікуваних кінцевих результатів. Бізнес–планування дозволяє економістам–менеджерам не тільки обґрунтувати необхідність розробки того чи іншого інноваційного проекту, але і можливість його реалізації в діючих ринкових умовах.

Основними об'єктами бізнес–планування у висококонкурентних ринкових відносинах є високоприбуткові і конкурентоспроможні інноваційні проекти. Як відомо, сучасний ринок, заснований на дотриманні всіма виробниками і споживачами рівноваги між попитом і пропозицією і порівняння своїх доходів і витрат, завжди буде віддавати перевагу в кредитуванні та фінансуванні тим виробничим, підприємницьким або комерційним пропозиціям, які в майбутньому дадуть найбільший соціально–економічний результат. Бізнес–плани в основному призначаються для того, щоб сприяти виходу на ринок висококонкурентних нових видів товарів і послуг.

Отже, будь–який інноваційний бізнес–проект повинен мати відповідний бізнес–план обґрунтування оптимальних показників виробництва і продажу товарів і послуг як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринку.

Системний підхід в плануванні полягає в тому, що ніяка виробнича або підприємницька проблема не повинна розглядатися ізольовано одна від одної і кожна з

яких формується з урахуванням її приналежностей до системи або безлічі взаємозалежних завдань і цілей, які з'являються на кожному підприємстві як єдина економічна система. Системність планування проявляється в двох аспектах: 1) у розробці планів для кожної змінної (елемента) організації як індивідуальної підсистеми і в той же час – як цілісної системи. Ефект досягнення мети можливий лише при збалансованому функціонуванні всіх частин (змінних) організації. 2) у наскрізному плануванні взаємозалежних показників: стратегічних, тактичних, оперативних. Успішна реалізація інноваційних проектів в процесі ведення бізнесу дозволяє досягати конкурентних переваг, підвищувати прибутковість діяльності підприємства та розвиватися у довгостроковій перспективі [6].

До недавнього часу, економічна література з інноваційної діяльності та міжнародної торгівлі, зосереджувалася майже виключно на виробничому секторі. Це не дивно, тому що основна частина міжнародної торгівлі відбувалася промисловими та сировинними товарами, а інновації традиційно асоціювалися з новими чи покращеними якісними характеристиками товарами. Сектор послуг ігнорувався, оскільки виробництво і споживання послуг, відбувалося в більшій мірі в національних кордонів, ніж на світовому ринку. Також це відбувалося певною мірою через складність визначення об'єму інновацій у цій сфері, різноманітність галузей сфери послуг зі значними відмінностями у інноваційних процесах. Однак наростаюча кількість досліджень сучасних тенденцій інноваційних процесів допомогли з'ясувати, що витрати на науково–дослідну роботу складають лише частину всіх витрат підприємства на інновації. Навіть у промисловості науково–дослідні витрати складають тільки біля половини загальних інвестицій в інновації, а в сфері послуг ця частка ще менша [9].

Останнє десятиріччя характеризується активною трансформацією кон'юнктури світового та українського ринку ювелірних виробів, яка відбувається під впливом глобальних соціальних, економічних та політичних змін. Реалії сьогодення дозволяють виділити цілий ряд факторів, що мають вплив на діяльність усіх учасників ринку ювелірних виробів: зростання світових цін на сировину (золото, платину, алмази та інше дорогоцінне та напівдорогоцінне каміння): конкуренція між виробниками, зниження розмірів чистого прибутку, роздрібнення традиційних та поява нових ринків, формування торгових мереж та нових брендів, підвищення вимог споживачів до якості виробів, тенденція до зростання вартості готових виробів, посилення конкуренції з боку виробників інших предметів розкоші, часті зміни каналів розподілу готових виробів від виробників до кінцевих споживачів, зростання темпів застосування альтернативних інструментів маркетингу, як пріоритетної умови підвищення рівня продажу.

Подорожчання ювелірних прикрас і зниження купівельної спроможності призвело до зниження рівня розвитку підприємств–виробників ювелірної галузі. Ця ситуація мотивує виробників шукати інноваційні підходи до виробничо–збутової діяльності. Як наслідок прогнозується збільшення обсягу експорту ювелірних прикрас. Одним із оптимальних та ефективних шляхів завоювання виробниками певної ринкової ніші/ сегменту за рахунок створення або розвитку конкурентних переваг є розробка та реалізація бізнес–план інноваційного проекту.

Бізнес–план інноваційного проекту підприємств ювелірної галузі має наступну структуру розділів: титульний аркуш; резюме; зміст; підприємство й галузь; продукція й послуги; дослідження й розробки; аналіз ринку; аналіз конкуренції; план маркетингу;

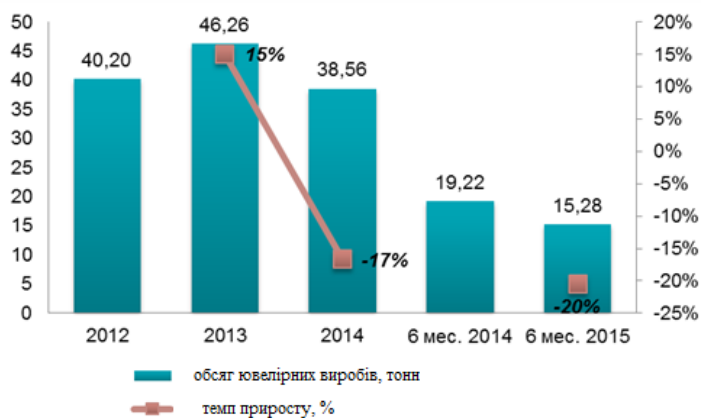
виробничий план; керування й власність; адміністрація й персонал; організаційний план; аналіз ризиків; фінансовий план; додатки до бізнес – плану. Більш детально розглянемо зміст таких розділів бізнес–плану інноваційних проектів підприємств ювелірної галузі, як продукція та послуги, виробничий план, план маркетингу та ринки збуту продукції.

1. Продукція та послуги. При описі інноваційної продукції (роботи, послуги) на підприємствах ювелірної галузі, як правило, робиться акцент не на її неповторності або гідності з точки зору авторів бізнес–плану, а у конкурентних перевагах товару необхідно відобразити такі аспекти: потреби, які задовольняються ювелірною продукцією; показники якості; економічні показники; зовнішнє оформлення; порівняння з іншими аналогічними ювелірними товарами; патентні права; показники експорту; основні напрямки вдосконалення ювелірних товарів. Тут важливо показати, якими унікальними властивостями володіє продукція, довести, що вона здатна викликати інтерес споживачів.

2. Виробничий процес. Один з важливих елементів цього розділу – опис технологічного процесу виробництва продукції на підприємствах ювелірної галузі. Обґрунтовується вибір підприємством виробничого процесу та необхідного обладнання, використання яких забезпечуватиме належну якість інноваційного продукту. При описі видів технічного устаткування, необхідного для виробничого процесу, приводиться розрахунок потреби в устаткуванні з врахуванням його виробничої потужності, очікуваних обсягів випуску нової продукції й у виробничих площах для організації процесу виробництва. Доцільно вказати пропоновані способи придбання нового устаткування й виробничих приміщень (покупка або оренда), джерела їхнього придбання і їхня вартість.

3. План маркетингу – маркетингова стратегія – програма дій, спрямована на доведення інноваційного продукту підприємств ювелірної галузі до споживачів, яка включає такі основні складові: товар, ціна, розподіл, просування. Особливо відмічається призначення, технічні параметри, новизна споживчих якостей, переваги перед аналогами або унікальність інноваційного продукту. У практиці реалізації інноваційних проектів прийнято, що витрати на маркетинг не повинні перевищувати 11% від обсягу продажів. Їх розмір може бути встановлений прямим рахунком, на основі експертних оцінок або методами статистики.

4. Ринки збуту продукції. Цей розділ проекту спрямований на вивчення ринків і дозволяє підприємцю чітко уявити, хто буде купувати його товар, де і яка його ніша на ринку. Дослідження ювелірного ринку включає в себе такі основні напрямки: вивчення та сегментацію споживачів; вимір попиту та відбір цільових ринків; визначення мотивації споживачів; дослідження положення підприємства на ринку; оцінку ринку й обсягу продажів; дослідження діяльності конкурентів. Обсяг ювелірних виробів за 2012–2015 рр. представлений на рис. 1



Джерело: ProConsulting «Аналітика ринків, фінансовий консалтинг»

**Рис.1. Обсяг ювелірних виробів (2012–2015 рр., тонн)**

З даної діаграми видно, що в кризовий період, починаючи з 2013 р. відбувається скорочення обсягу ювелірних виробів. Падіння відбулось на тлі зростання ринку біжутерії, який є головним конкурентом золотих і срібних ювелірних виробів, розширення асортименту товарів з недорогоцінних металів. Важливою причиною є також світове зростання цін на дорогоцінні метали, оскільки близько 75%–80% вартості складає закордонна сировина.

Представимо динаміку вітчизняного виробництва ювелірної продукції, показники якої також скорочуються, при цьому в сегменті золота більш стрімкими темпами. Вказані основні гравці на ринку, серед яких лідирує ВАТ «Київський ювелірний завод» з ринковою 43,7%, як по виробництву золотих, так і срібних виробів. Далі список виробників ювелірних виробів із золота, які подають на таврування більше 50% від загальної маси виробів, розподіляється в наступній послідовності: ПП «Південь – золото» (м. Одеса), ДП «Львівський державний ювелірний завод» (м. Львів), ПП «Золотойвек» (м. Вінниця), ТОВ «Ювелірний завод «Багет» (м. Донецьк), ТОВ ЮВК «Агат» (м. Ровеньки, Луганська обл.). Список лідерів по сріблу виглядає таким чином: ВАТ «Київський ювелірний завод» (м. Київ), ТОВ ВКП «Кристал» (м. Вінниця), ЗАТ «Харківський ювелірний завод» (м. Харків), ТОВ «Харківська ювелірна фабрика» (м. Харків) – мають право на клеймування власним державним пробірним клеймом. Розподіл виробників ювелірних виробів в Україні наведено у таблиці 1. За даними української пробірної служби, по регіонах перше місце по кількості ювелірних виробів, відданих на таврування в 2013 році, традиційно займає Київська область. Однак не набагато відстає від лідера Харківська область, потім йдуть Вінницька, Львівська й Запорізька області.

Частина виробників виготовляє продукцію на замовлення торговельних підприємств. В той же час, ті виробники, хто націлений на експорт, змушені освоювати нові напрямки в дизайні, тому що повинні враховувати вимоги та побажання населення країни, в якій вона буде продаватися. Сьогодні 8,5% від обсягу випущеної в Україні ювелірної продукції йде на експорт в Канаду, Австралію, Німеччину, США, Ізраїль, Саудівську Аравію, ОАЕ, а також країни Балтії, Молдову, Росію і Казахстан. Частка імпорту ювелірної продукції на українському ринку становить 13,5%. У грошовому

вираженні експорт склав виробів зі срібла – 0,71 млн. доларів, із золота – 5,93 млн. доларів.

**Таблиця 1**

**Розподіл виробників ювелірних виробів в Україні, %**

№	Найменування торгових підприємств	Обсяг продажу, %
1.	Київський ювелірний завод	33,7
2.	Львівський державний ювелірний завод	10,8
3.	Золотий вік	6,6
4.	Кристал	5,0
5.	Харківський ювелірний завод	4,3
6.	Заріна	4,1
7.	Укрзолото	3,8
8.	Рив'єра	2,0
9.	Багет	1,8
10.	Агат	1,6

*Джерело: Інформаційний портал Союзу Ювелірів України*

Розподіл виробників ювелірних виробів в Україні наглядно можна побачити на рис.

2.

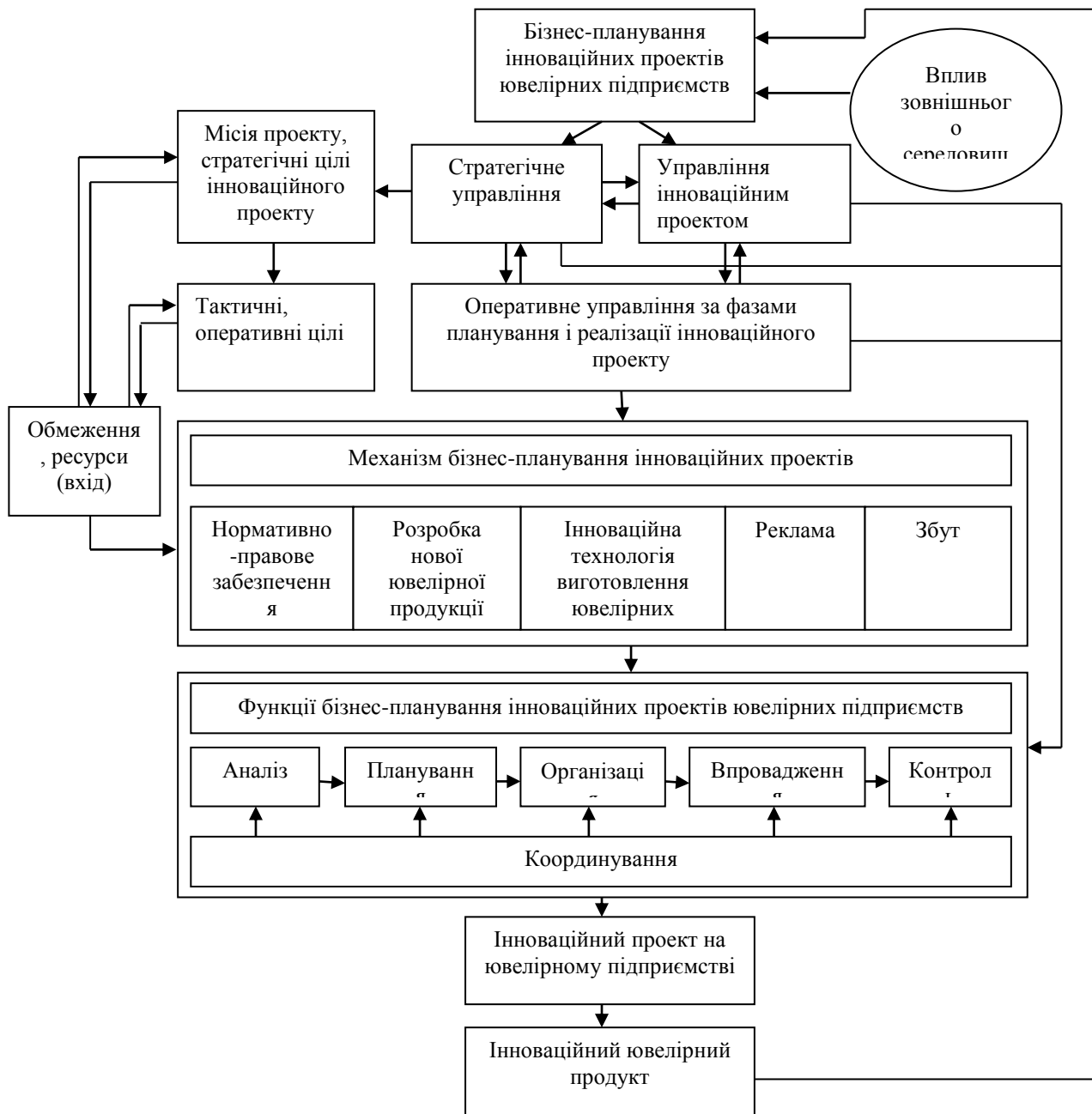


*Джерело: Інформаційний портал Союзу Ювелірів України*

**Рис. 2. Розподіл виробників ювелірних виробів в Україні, %**

Таким чином, з рис. 2 ми бачимо, що найбільший обсяг продажу ювелірних виробів у Київського ювелірного заводу (33,7 %), Львівський державний ювелірний завод посідає друге місце (10,8 %), на третьому – ювелірний завод Золотий вік (6,6 %). На останньому місці ювелірний завод Агат (1,6 %). Отже, київська область займає перше місце по обсягу продажу, а також по обсягу виготовлення ювелірних виробів.

Для підвищення ефективності бізнес-планування інноваційними проектами підприємств ювелірної галузі пропонуємо застосовувати системний підхід, який почав широко застосовуватися до соціально-економічних систем з другої половини ХХ ст. та виявив свою життєздатність (рис. 3).



*Розроблено автором*

**Рис. 3. Системний підхід до бізнес-планування інноваційних проектів ювелірних підприємств**

Дана схема показує, що системний підхід у бізнес-плануванні інноваційних проектів ювелірних підприємств передбачає використання наступних системних елементів: суб'єкт, саме бізнес-планування інноваційних проектів ювелірних підприємств); об'єкт бізнес-планування (інноваційний проект); вплив зовнішнього середовища (фактори макро- та мікросередовищ, які змінюються в умовах ринкових відносин та чинять вплив на прийняття рішень в підсистемі); вхід (обмеження – введення інформації, необхідної для роботи; ресурси – матеріально-технічні, нематеріальні, людські, фінансові); вихід – інноваційний ювелірний продукт проекту, який підлягає здачі замовникові; цільові настанови (комплекс цільових настанов (місія,



стратегічні цілі, тактичні й оперативні цілі інноваційного проекту) на досягнення результату (створення інноваційного ювелірного продукту); механізм бізнес–планування інноваційних проектів (сукупність принципів, методів та інструментів, за допомогою яких суб’єкт бізнес–планування чинить вплив на об’єкт); процес (відбувається за класичним підходом до бізнес–планування, з додаванням функції аналіз, необхідної з точки зору аналізу вхідної інформації, результати якого використовуються для подальшого планування); зворотний зв’язок (інформація про відповідність результату (інноваційного ювелірного продукту) місії та стратегічним цілям інноваційного проекту, яка надходить до суб’єкта бізнес–планування).

**Висновки.** Таким чином, запропоновано системний підхід до формування бізнес–планування інноваційних проектів ювелірних підприємств, який передбачає розгляд інноваційних програм і проектів як динамічну систему. Ефект досягнення мети можливий лише при збалансованому функціонуванні всіх системних елементів інноваційного проекту підприємств ювелірної галузі.

Відповідальне ставлення та ґрунтовна підготовка системного підходу до бізнес–планування інноваційних проектів дозволить досягнути поставлених цілей з мінімальними ризиками та у найкоротші терміни, що забезпечить підвищення ефективності реалізації проектів, досягнення ювелірними підприємствами конкурентних переваг та можливості їхнього подальшого сталого розвитку в умовах змін навколишнього середовища.

**Література:** 1. Покропивний С. Ф. Бізнес–план: технологія розробки та обґрунтування : [Навч. посібник] // С. Ф. Покропивний, С. М. Соболь, Г. О. Швиданенко, О. Г. Дерев’яно. – вид. 2–ге, доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 379 с. 2. Гетало В.П., Гончаров Г.О., Колісник А.В. Бізнес–планування: Навч. посібник. – К.: Профе–сіонал, 2008. – 240 с. 3. Должанський І. З. Бізнес–план: технологія розробки : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Должанський І. З., Загорна Т. О.; М–во освіти і науки України, Макіїв. екон.–гуманіт. ін–т.— 2–е вид. — К. : Центр учб. л–ри, 2009. — 382 с. 4. Македон В. В. Бізнес–планування : навч. посібник / В. В. Македон. – К. : ЦУЛ, 2009. – 236 с. 5. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры) / Йозеф Алоиз Шумпетер / Пер. с нем. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с. 6. Янковець Т. М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Т. М. Янковець ; Київ. нац. ун–т технологій та дизайну. – К., 2012. – 21 с. 7. Єрмошенко М.М., Ганущак–Єфіменко Л.М. Економіка та управління інноваційною діяльністю.: Навчальний посібник. – К.: Національна академія управління, 2011. – 528 с. 8. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства : монографія / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. В. Птащенко та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с. 9. ProConsulting «Аналітика ринків, фінансовий консалтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: OECD Science, Technology and Industry Outlook 2014. Paris, OECD, – 2014.