
Секція IV. Розвиток цифрового маркетингу та інноваційних технологій

БРЕУС С.В., д.е.н., доцент,
*професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування,
Київський національний університет технологій та дизайну*

ПОЛІЩУК Т.С., студентка,
Київський національний університет технологій та дизайну

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ

За сучасних реалій задля забезпечення сталого розвитку економіки України важливого значення набувають інновації, інноваційна діяльність різних секторів економіки та ефективне управління ними.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» [1] «інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери».

Окремі аспекти, пов'язані з дослідженням сутності інновацій, їх ролі в забезпеченні економічного розвитку держави та управління ними суб'єктами господарювання комплексно розглянуто в працях значної кількості науковців, зокрема [2-9]. Проте, з точки зору підвищення рівня розвитку суб'єктів господарювання, різних секторів економіки, зокрема на засадах інновацій, доцільним вбачається проведення глибокого дослідження щодо з'ясування сутності понять «інновації», «інноваційний розвиток» у контексті управління інноваціями.

В наукових публікаціях як іноземних, так і вітчизняних авторів терміни «нововведення», «новація», «інноваційний процес», «новаторство» переважно розглядаються в якості синонімів. Поняття «інновація» походить від англійського слова «innovation» – введення новацій. Інновації, в цілому, мають розглядатись як процеси, що пронизують науково-технічну, маркетингову, підприємницьку діяльність, яка спрямована на задоволення конкретних суспільних потреб.

Вперше категорія «інновації» була використана Й. Шумпетером [2] проте зміст та характеристика цього явища розглядалася ще його попередниками: М. Туган-Барановським [3] та М. Кондратьєвим [4].

Між тим потребують розмежування поняття «новація» та «інновація». Під новацією розуміють новий порядок, новий процес, новий метод, нова продукція або технологія – це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень, розробок або експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності, який супроводжується підвищенням її ефективності [5, с. 45].

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах^{1,2,3} [8]

Роки	Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств, %	Кількість впроваджених у виробництво нових технологічних процесів, одиниць	З них нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів	Кількість впроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг), одиниць	З них нових видів машин, обладнання	Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	897	3,8
2012	13,6	2188	554	3403	942	3,3
2013	13,6	1576	502	3138	809	3,3
2014	12,1	1743	447	3661	1314	2,5
2015	15,2	1217	458	3136	966	1,4
2016	16,6	3489	748	4139	1305	... ⁴
2017	14,3	1831	611	2387	751	0,7
2018	15,6	2002	926	3843	920	0,8
2019	13,8	2318	857	2148	760	1,3

¹ Дані за 2000-2014 роки наведені по юридичних особах та їх відокремлених підрозділах, які здійснювали промислову діяльність.

² Дані за 2014-2019 роки наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

³ Дані за 2015-2019 роки наведені по юридичних особах, які здійснювали промислову діяльність, із середньою кількістю працівників 50 осіб і більше.

Проте, зважаючи на специфічні особливості функціонування суб'єктів господарювання в цілому, а також за видами економічної діяльності, основні проблемні аспекти, що перешкоджають їх ефективному інноваційному розвитку (за даними табл. 1) базуються, зокрема на такому:

- впродовж 2010-2019 років залишається низькою частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств (для порівняння: 13,8 % у 2019 році проти 11,5 % у 2010 році);

- відбулось протягом 2010-2019 років незначне зростання кількості упроваджених у виробництво нових технологічних процесів, одиниць (13,46 % у 2019 році порівняно з 2010 роком). При цьому на 10,8 % у 2019 році порівняно з 2010 роком зменшилась кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг), незважаючи на певне збільшення, яке становить 14,63 %, кількості нових видів машин, обладнання;

- зменшення майже у 3 рази частки обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств з 3,8 % до 1,3 %.

Зазначені аспекти характерні загалом для промислових підприємств різних секторів економіки, при цьому слід зважати на достатньо значний потенціал українського експорту високотехнологічної продукції – 0,3-0,5 % світового (10-15 млрд дол. США) [9]. Також доцільним вбачається зазначити, що досягнення позитивного ефекту за сучасних реалій розвитку економіки України можливе за рахунок впровадження інновацій, практичного освоєння інноваційних розробок та активізації інноваційної діяльності підприємств, чому значною мірою перешкоджає низка чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, зокрема таких:

- низька інноваційна активність вітчизняних промислових підприємств;

- розпороченість коштів, отриманих від впровадження інноваційної продукції як в середині країни, так і за її межами;

- відсутність комплексного впровадження інновацій за стадіями інноваційного циклу;

- недосконалість організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання;

- «тінізація» внутрішнього споживчого ринку та насичення його імпортними товарами, завезеними із заниженням митної вартості та контрабандно, а також дешевими товарами;

- нестача кваліфікованих управлінців на вітчизняних промислових підприємствах;

- високий ступінь зношеності основних засобів, необхідність модернізації виробництва та технічного покращення;

- великий сегмент споживачів з низьким рівнем доходів;

- завезення технологічного устаткування, яке в Україні не виробляється, та запасних частин до нього для випуску конкурентоспроможної продукції промисловими підприємствами;

- проблема захисту українського виробника тощо [7, с. 7].

Означене потребує розроблення ефективної адекватної сучасним умовам господарювання стратегії управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 22.12.2020).
2. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс, 1982. 456 с.
3. Туган-Барановський М. І. Політична економія. Курс популярний. К.: Наукова думка, 1994. 264 с.
4. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989. 525 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд. СПб.: Питер, 2003. 400 с.
6. Бреус С. В. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності машинобудівного комплексу України. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 1. С. 162-169.
7. Єрмолаєва Т. О. Показники роботи підприємств легкої промисловості України (січень-червень 2012). *Лека промисловість*. 2012. № 2. С. 5-7.
8. Державна служба статистики України. Впровадження інновацій на промислових підприємствах. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.12.2020).
9. Бреус С. В. Аналіз стану і перспективи експорту високотехнологічної продукції промисловості України. *Стратегічні пріоритети*. 2010. № 1(14). С. 16-22.

ДМИТРИЄВА В.А., доцент кафедри
інформаційних систем і технологій,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ВОРОНИНА В., студентка,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

GOOGLE-ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ РОБОТИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ

Управління відносинами з клієнтами в сфері електронного бізнесу реалізоване сьогодні з допомогою інформаційних онлайн технологій і відоме як Customer Relationship Management (CRM-система). Ідея застосування такої системи полягає в інтеграції хмарних технологій в систему функцій фірми або організації, яка надає онлайн послуги або пропонує свої товари через інтернет.

Дана технологія дозволяє автоматизувати і привести до єдиних стандартів відносини з клієнтами за рахунок:

- єдиної стандартизованої бази клієнтів і партнерів по бізнесу;
- ефективного контролю роботи сфери продажів;
- стратегічного розвитку фірми, планування розширення та підвищення якості її діяльності.

CRM-система допомагає конкурувати фірмам у боротьбі за клієнтів. Враховуючи, що така конкуренція проявляється у спробах не просто залучити нових, а утримати постійних клієнтів, які матимуть бажання «повертатися» до компанії, заключати з нею договори, купувати товари і отримувати послуги