

there is a danger of further lag of the domestic economy in technological development from developed countries, which in turn reduces the level of competitiveness of the national economy.

Development of effective investment and innovation policy could find ways to jointly solve the problem of attracting investment and implement on this basis the mechanism of structural innovation of the economy as a whole. The effectiveness of the implementation of priority areas of investment, taking into account the innovation orientation, is one of the main aspects of ensuring sustainable economic growth in Ukraine.

Джерела та література

1. Яценко О. В. Напрямки розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки»*. 2008. Вип. 21. С. 192–197.
2. Вермінська О. М., Гориславець П. А. Проблеми та перспективи інвестиційно-інноваційного розвитку України. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2010. 416 с.
3. Ярова Д. О., Жигалкевич Ж. М. Проблеми державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні. 2020. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201329/0> (дата звернення: 30.09.2020).

Завидівська О. – к. е. н., доц.;
Щоколова Л. – студентка;
Свирида М. – студентка
Львівський державний університет
фізичної культури ім. І. Боберського
м. Львів, Україна

Крауд-технології як інструмент інноваційного менеджменту

Крауд-технології в даний час активно розвиваються в якості моделі для вирішення будь-якого виду проблем і завдань, що стоять як перед бізнесом, так і перед державою та суспільством в цілому.

Крауд-технології (від англ. *Crowd* – натовп) – це набір ефективних інструментів, що дозволяють використовувати особисті ресурси індивідумів для розвитку спільної справи (виробництва продукту, розробки і впровадження послуги, вирішення соціальних завдань) [1].

Існують такі види крауд-технологій: краудсорсинг, краудфандинг, краудворкінг, краудрекрутинг та краудмаркетинг.

Крауд-технології, зокрема краудсорсинг можна успішно використовувати в інноваційному менеджменті (табл. 1).

Краудсорсинг – це залучення до вирішення тих чи інших проблем інноваційної виробничої діяльності широкого кола осіб для використання їх творчих здібностей, знань і досвіду по типу субпідрядної роботи на добровільних засадах із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій [2]. Він виник з розрахунку на передбачуване бажання споживачів безкоштовно або за невелику ціну поділитися своїми ідеями з компанією, виключно через бажання побачити ці ідеї втіленими у виробництві [3].

Краудсорсинг також використовується для оцінки функціональності або для тестування програмного забезпечення, ігор та веб-сайтів. Ця стратегія корисна для молодого підприємства, яке може дослідити приховані помилки до початку комерційного запуску продукту або послуги. Комплекс перспективних технологій і підвищення ефективності краудсорсингу через Інтернет став об'єктом уваги комерційного інтересу ІТ-професіоналів, консультантів, SEO-фахівців, зайнятих пошуковою оптимізацією сайтів. Використання індивідуального і колективного споживчого досвіду, інтелекту і комунікаційного потенціалу сприяє підвищенню конкурентоспроможності товару, бренду [4].

Застосування крауд-технологій в інноваційному менеджменті

Види крауд-технологій	Результат застосування крауд-технологій в інноваційному менеджменті
Краудворкінг – залучення трудових ресурсів зовні для спрощення та прискорення процесів виробництва та управлінських рішень	Затвердження тимчасових цільових груп для комплексного вирішення інноваційних проблем – від ідеї до середнього виробництва продукції. Скорочення витрат часу та коштів на вирішення проблем інноваційного менеджменту
Краудмаркетинг – це управління широким колом споживачів, об'єднаних у спільноти, з метою реалізації комерційних інтересів компанії	Створення інноваційних стратегій підприємства, для вирішення маркетингових завдань компанії: інформація, матеріали для стратегії просування. Внаслідок впровадження інноваційних технологій відбувається збільшення кількості споживачів, що знають про бренд. Відповідно збільшується цільова аудиторія та продажі, більш висока видимість в пошукових системах
Краудсорсинг (відкриті інновації) – використання потенціалу широкого загалу для отримання ідей нових продуктів, нових технологій, нових методів	Впровадження краудсорсингу створює нові можливості для досягнення цілей підприємства з розвитку інноваційного потенціалу. Краудсорсинг надає можливість людям вільно брати участь у процесі інновацій і створення цінностей в інноваційному менеджменті. Проекти та стратегії інноваційного менеджменту стають ефективнішими, оскільки до написання їх можуть долучатися всі бажаючі. Розширення ринків інноваційної продукції
Краудфандинг – залучення фінансових ресурсів для реалізації нових продуктів, ідей, програм	Завдяки краудфандингу реалізуються стратегії інноваційного менеджменту. Фінансування для інноваційного бізнесу в тому числі й інноваційного менеджменту. Залучені кошти дають змогу впроваджувати нові технології, нові продукти, що є основою економічного розвитку. Краудфандинг дозволяє підприємцю отримати фінансування без допомоги банків, біржі чи венчурних фондів
Краудрекрутинг – відбір найефективніших працівників у краудсорсинговому проєкті з метою їх працевлаштування в компанії на постійній основі	Ефективні трудові ресурси, потенціал яких компанія могла оцінити в ході краудсорсингового проєкту. Завдяки краудрекрутингові у організаторів проєкту є можливість оцінити роботу кожного учасника і підвести підсумок, хто найкраще впоратеться з тим чи іншим завданням. В інноваційному менеджменті цей метод вибору ефективних працівників є важливим. Скорочуються витрати часу та коштів на пошук та найм висококваліфікованих працівників

* Складено авторами на основі даних джерел: [1; 3; 6].

За рахунок впровадження краудсорсингу підприємство може розв'язати багато завдань. Ефективне управління інноваційним потенціалом підприємства передбачає створення системи управління, яка базується на комплексному розвитку та використанні всіх його складових. Впровадження краудсорсингу створює нові можливості для досягнення цілей підприємства з розвитку інноваційного потенціалу [5].

Отже, впровадження краудсорсингу відкриває для підприємства нові можливості розробки і сприйняття ідей, інновацій і впровадження їх у практику у вигляді нових технологій, продуктів, послуг, організаційних та управлінських рішень; розвитку інноваційного потенціалу за рахунок використання здібностей широкого кола осіб; зменшення інноваційних ризиків завдяки тісній співпраці між потенційними споживачами інноваційного продукту. Потрібно чітко формулювати мету та цілі інноваційної діяльності підприємства, яких можна досягти за рахунок використання краудсорсингу.

Джерела та література

1. Нове важливе: Краудтехнології. URL: <https://zza.delo.ua/know/novoe-vazhnoe-kraudtehnologii-348406>
2. Маркетинговий словник: Краудсорсинг. URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_k/crowdsourcing
3. Вікіпедія: Вільна енциклопедія. Краудсорсинг. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
4. Майстренко О. В. Краудсорсинг: сутність, види, принципи та інструменти застосування. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 507–511.

5. Глушенкова А. А. Розвиток складових інноваційного потенціалу підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації за рахунок впровадження краудсорсингу. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 1 (19). С. 73–80.
6. Полторак К. А., Зозульов О. В. Застосування крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2014. № 11. С. 422–429.

Зоря М. – студентка

Науковий керівник: д. е. н., проф.

В. Жуковська

Київський національний торговельно-економічний університет

м. Київ, Україна

Тенденції SMM-сфери в Україні та Великобританії

Нині головним трендом співпраці компаній з клієнтами є комунікації у соціальних мережах, що дозволяє підтримувати контакт зі своїми потенційними споживачами, здійснювати безперервну клієнтську підтримку, просувати збут товарів через сторінки компанії чи рекламу відомих блогерів у мережі. Головним місцем збуту стають не магазини, а широкий за своїми можливостями та перевагами Інтернет-простір та фахівці SMM-сфери. З огляду на це, мета дослідження – проаналізувати вимоги до фахівців SMM-сфери, визначити основні тенденції розвитку та провести аналогію професії в Україні та Великобританії.

Сьогодні сфера SMM стабільно зростає і потребує талановитих та кваліфікованих фахівців для підтримки та розвитку бізнесу компаній. На ринку праці у віртуальному просторі попитом користуються інтернет-маркетологи, SMM-менеджери, контент менеджери та ін.

SMM стрімко набуває популярності на теренах України як одна із перспективних сфер. Великі компанії надають перевагу точковій онлайн рекламі з розрахунком на власну цільову аудиторію. Наразі практично жодна компанія не обходиться без використання Інтернету для просування. Поряд із більш традиційними цифровими методами та каналами, такими як маркетинг електронної пошти та маркетинг контенту, SMM вважається одним із найефективніших каналів цифрового маркетингу [1].

SMM-спеціалісти входять у топ-10 затребуваних професій 2020 року в Україні. Кількість компаній, що засобом свого просування обирають соціальні мережі, зростає щороку і, тому попит на кваліфікованих SMM-фахівців збільшується (на сайті work.ua зареєстровано 454 вакансії) [2].

Зроблено висновок, що вимоги до SMM-спеціалістів різняться залежно від специфіки діяльності компанії, однак за сайтами оголошень простежується перелік основних вимог працедавців (рис. 1).

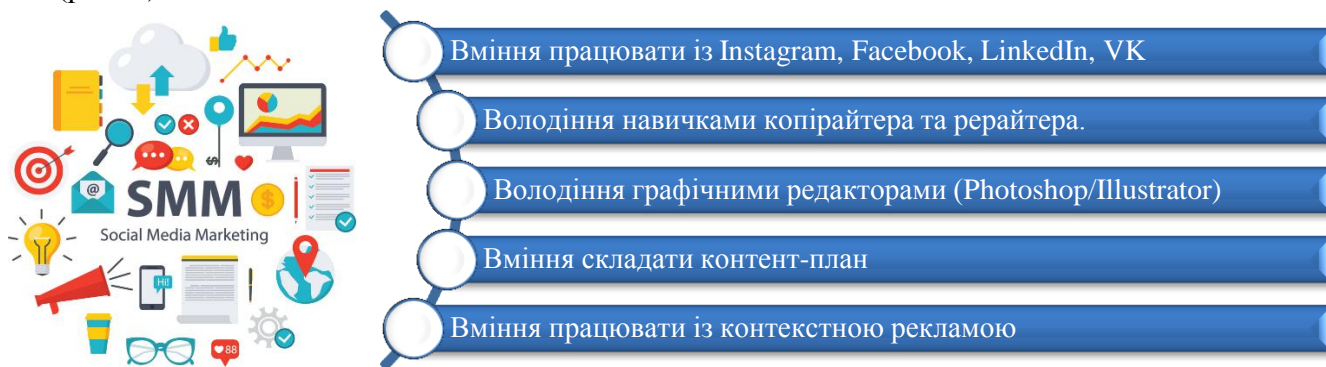


Рис. 1. Ключові вимоги до SMM-фахівців

Джерело: узагальнено за оголошеннями сайтів роботодавців [3].