

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

*І. І. Ковальчук, Л. Г. Саркісян*

*Анотація.* Стаття присвячена аналізу інноваційної діяльності в час стрімкого розвитку інформаційного суспільства та впровадження інновацій для захоплення більшого сегменту ринку. У статті приділяється увага мало поширеним, але важливим для просування бізнесу і створення лояльного відношення споживачів, способам і методам рекламування бізнесу в мережі Інтернет.

*Ключові слова:* інновації, таргетингова реклама, інформаційне суспільство, інноваційний бізнес, контекстна реклама.

**Вступ.** Інноваційна діяльність є одним з найважливіших аспектів у розвитку великих і малих підприємств, а тому і економіки в цілому. Зростанню конкурентоспроможності сприяють інновації, що орієнтовані на нові ринки, на створення та захоплення абсолютно іншого сегменту ринку, і супроводжуються оригінальними розробками.

Інноваційна діяльність промислових підприємств вже давно стала головною умовою їх продуктивного функціонування та вимагає системного управління. У ХХІ столітті у конкурентній боротьбі виграють ті підприємства, які є інноваційно активними. Якщо ж підприємство не є лідером галузі, саме інноваційна активність стає запорукою збереження його на ринку чи навіть виживання[1].

Питанням інноваційного розвитку та інноваційних процесів присвячена велика кількість досліджень. Зокрема, в роботах Кантера Р., Харіва П. та ін. Суттєвий внесок у дослідження інноваційної діяльності на рівні підприємства та держави внесли такі науковці, як Хайрова Е., Романенко Т., Шкода М., Пальчук О. та ін., які у своїх працях висвітлюють, що саме держава створює сприятливий інноваційний клімат в економіці країни, що забезпечує стимулювання інновацій.

Сьогодні важко знайти успішну компанію, у якої не було б веб-сайту в Інтернеті, електронної пошти, спеціально розробленого мобільного додатку та співробітники якої не користувалися б тими чи іншими технологічними засобами комунікації. Адже ці прості та зрозумілі інструменти істотно підвищують ефективність бізнесу.

Але це всього лише невеликий відсоток від реальних можливостей, що надають підприємству інформаційні технології. Просування бізнесу здійснюється за допомогою пошукової та контекстної реклами, яку надають такі провайдери як: Google AdWords, Яндекс.Директ, Yahoo!, Publisher Network, Microsoft adCenter та інші.

Окремо необхідно зробити акцент на таргетинговій рекламі. За допомогою таргетингу можливо показувати рекламу саме тій аудиторії, яку напевно зацікавлять певні продукти чи послуги. Розглянемо основні можливості цієї функції, що дозволяють підвищувати ефективність реклами:

1) Ключові слова. Це слова або фрази, що мають відношення до товарів і послуг, а коли користувач буде вводити в пошуку ці терміни або відвідувати сайти з аналогічним контентом, система покаже йому необхідну рекламу.

2) Розміщення оголошення. Є можливість показувати оголошення на необхідних сторінках результатів пошуку та на веб-сайтах в пошуковій і Медійній мережах Google.

3) Вік, місце проживання і мова. За цими критеріями виробники і продавці можуть знаходити своїх потенційних замовників.

4) Дні, час доби і частота. Можливість вказати, за якими днями тижня, в який час доби і як часто будуть демонструватися оголошення, надає певну перевагу, якщо знати свою потенційну аудиторію.

5) Пристрої. Можете вибрати, на яких пристроях користувачі будуть бачити ту чи іншу рекламу.

**Основний розділ.** Вже найближчим часом буде розповсюджена модель ІТ Pay-As-You-Go. Раніше компанії малого, середнього і великого бізнесу для того, щоб побудувати свою ІТ-інфраструктуру, закупували сервери та програмне забезпечення, шукали інженерів, які б все це обслуговували, і мали всі активи у себе, то на даний час модель «хмарних технологій» пропонує їм нове рішення. Якщо в компанії є найпростіший комп'ютер і є вихід в Інтернет, то все ІТ-послуги сьогодні можна отримувати з Інтернету, причому отримувати по моделі Pay-As-You-Go, тобто платити тільки за те, чим користуєшся [2].

Провідна світова дослідницька і консалтингова компанія у сфері інформаційних технологій Gartner називає такі ключові технології для бізнесу: машинне навчання і штучний інтелект для використання в бізнес процесах, «розумні» додатки, доповнена і віртуальна реальність, індивідуальне цифрове маркетингове управління, системи чат-спілкування, додатки і мережева сервісна архітектура, платформи цифрових технологій.

Це доводить, що інновації можуть впроваджуватися у різних площинах компанії. Сьогодні створюючи бізнес, компанії створюють свою власну аудиторію і виділяють свій сегмент ринку.

Впровадження інформаційних технологій може призводити до організаційних змін різного ступеня: від мінімальних до далекосяжних. Все залежить від стратегії розвитку компанії, предметної області її діяльності, від розвиненості мережі бізнес-процесів, від ступеня інтегрованості інформаційних ресурсів і, звичайно, від ступеня рішучості та наполегливості вищого керівництва підприємства довести розпочаті перетворення до логічного завершення [3] (табл. 1).

Таблиця 1

**Впровадження інновацій у різних площинах компанії**

Можливість	Організаційний вплив (результат)
Ділова	ІТ перетворюють неструктуровані процеси в частково структуровані і структуровані, придатні до автоматизації підготовки прийняття рішення
Автоматизація	ІТ замінюють або зменшують роль виконавця у виконанні стандартних (рутинних) функцій і операцій
Аналіз	ІТ забезпечують аналітика необхідною інформацією і потужними аналітичними засобами
Інформаційна	ІТ доставляють всю необхідну інформацію в управлінські та виробничі процеси кінцевого споживача
Паралельність і доступ	ІТ дозволяють вибудовувати процеси в потрібній послідовності з можливістю паралельного виконання однотипних операцій і одночасного доступу багатьох пристроїв і виконавців
Управління даними та знаннями	ІТ організують збір, обробку, систематизацію даних, формування і поширення знань, експертних та аудиторських дій для поліпшення процесів
Відстеження і контроль	ІТ забезпечують детальне відстеження виконання процесів і контроль виконання управлінських дій
Інтеграція	ІТ безпосередньо об'єднують частини діяльності у взаємозалежні процеси, які раніше були пов'язані через посередників і проміжні управлінські ланки
Географічна і телекомунікаційна	ІТ швидко передають інформацію для виконання процесів, незалежно від місця їх

Можна виділити такі основні принципи концепції розвитку інноваційного бізнесу в умовах інформаційного суспільства:

- 1) поглиблення рівня обґрунтованості інвестиційних рішень, що приймаються для розвитку інновацій, через посередництво багатоваріантних (не менше 3-х) і багатофакторних оцінок (технологічних, економічних, соціальних та інших);
- 2) висока міра координації і контролю у процесі виконання інвестиційних проектів;
- 3) системний аналіз і постійне відстежування зовнішніх змін (кон'юнктури ринку з усіх видів ресурсів, різних невизначених обставин і негативних факторів, що виникають на шляху інвестиційного циклу).

Моделі інноваційного розвитку США є прикладом найбільш успішної країни, що є інноваційним лідером в глобальному вимірі, яка зосередила значний інноваційно-

економічний потенціал і активно використовує ресурси інших країн. Трансформація економіки США спрямована на інтенсифікацію НТП і збільшення його значення в економічному розвитку. В цьому процесі визначальну роль відіграє законодавчо-правове та організаційно-управлінське забезпечення[4].

США залишаються незмінним лідером у світі з витрат на НДДКР. Частка фінансування з федерального бюджету в загальних витратах на наукові дослідження й розробки складає в 2017 р. у Сполучених Штатах близько 27,7 %, рис. 1.

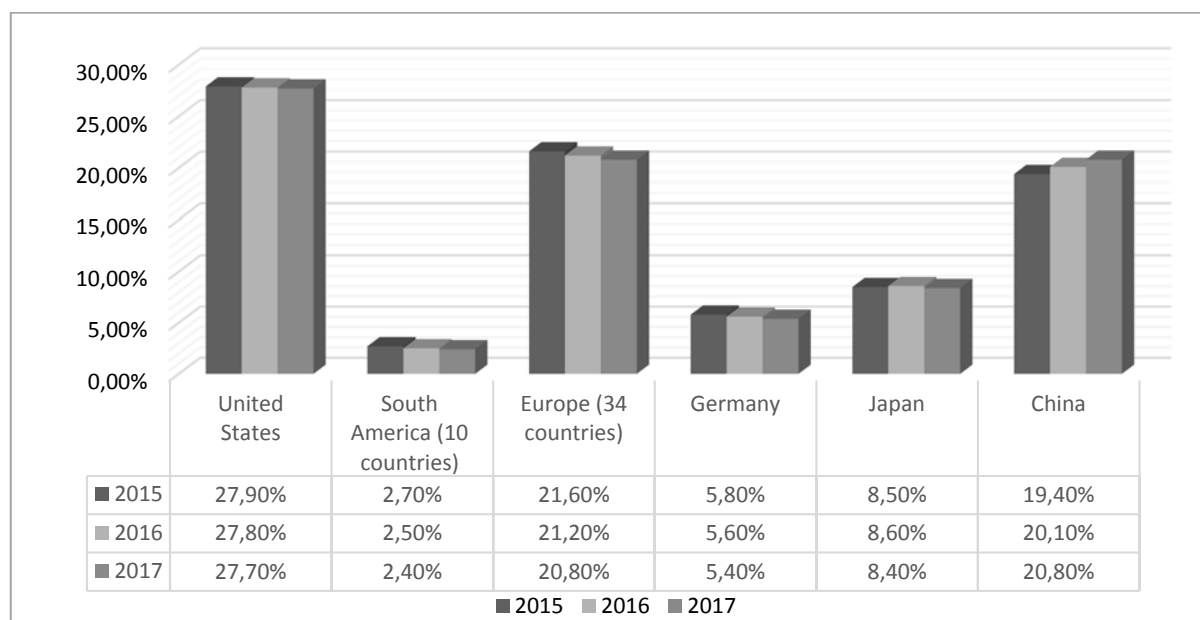


Рис. 1. Частка країн у фінансуванні НДР з 2015 по 2016 рр. у % [5]

Інноваційний процес США по праву визнається найбільш ефективним у світі, визначальними рисами якого є найбільше у світі фінансування НДДКР; значна частина державних асигнувань; активний захист інтелектуальної власності; тісна партнерська взаємодія між приватним сектором, урядовими агентствами, університетами й некомерційними дослідницькими організаціями; динамічний розвиток венчурного бізнесу.

На міжнародному рівні широко використовується інтегральна оцінка стану розвитку інноваційної системи на основі інформації. Україна представлена у кількох міжнародних рейтингах, які оцінюють інноваційний потенціал, технологічну та інноваційну конкурентоспроможність. Найбільш авторитетними є Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), Інноваційне табло ЄС (Innovation Union Scoreboard), Індекс інноваційного розвитку від агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index).

Глобальний інноваційний індекс (Global Innovation Index, GII) – дослідження інноваційного клімату країн, яке проводить з 2007 року школа бізнесу INSEAD, а також Світова організація інтелектуальної власності та Корнельський університет.

Глобальний індекс інновацій (ГІ) у 2015 році охоплював 141 економіку світу, серед яких Україна посіла 64 місце в рейтингу, поступившись на 1 позицію порівняно з показником 2014 року. За період 2010–2015 рр. позиція України в ГІ коливалась в межах 60–71 місця, тобто значного покращення показників, які впливають на розрахунок даного індексу, не відбувалося.

Уже у 2016 році Україна розташувалася між Монголією і Бахрейном, які займають 55 і 57 місця відповідно. У групі країн з доходом нижче середнього, куди входить наша країна, вона зайняла друге місце після Молдови. В регіоні «Європа» Україна на 34 місці з 39, випереджаючи Македонію (58), Сербію (65), Білорусь (79). При цьому наша країна

єдина серед європейських країн в загальному рейтингу від 50 до 100, хто покращив свої позиції.

Найбільш слабкими критеріями в Індексі інновацій для України є «Політична стабільність і безпека» (125 місце з 128), «Легкість вирішення питань банкрутства» (113 – позаду Гондурасу і Ірану), «Політичне середовище» (123), «ВВП на одиницю використаної енергії» (115 місце слідом за РФ). Також слабким місцем є категорія «Інвестиції», де наша країна зайняла 77 місце в індикаторі «Простота захисту міноритарних акціонерів», 76 – в «Ринкової капіталізації» національних компаній. За індикатором «Кількість венчурних інвестицій» на мільярд доларів ВВП Україна посідає 42 місце.

У 2017 році Україна посіла найвищу позицію за останні 7 років – 50 місце, випередивши Таїланд та опинившись позаду Чорногорії та Катару. А у групі за рівнем доходів нижче середнього Україна посіла 2 місце після В'єтнаму, обійшовши Монголію, Молдову, Вірменію та Індію (рис. 2) [6].

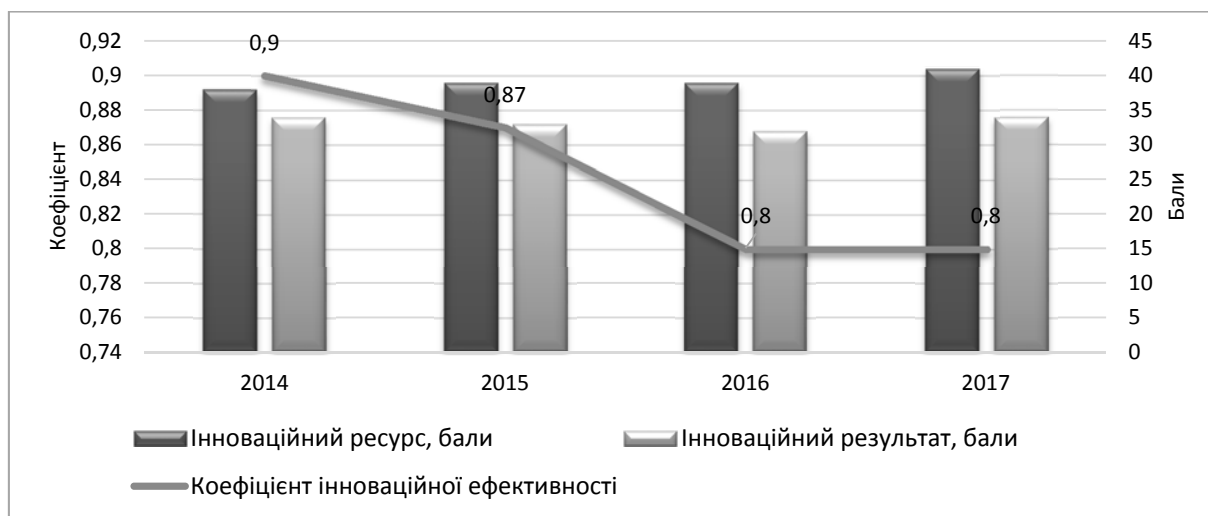


Рис. 2. Ключові показники у Глобальному інноваційному індексі, 2014–2017 рр.

Ураховуючи, що ці складові є чинниками, які формують основу для розвитку інноваційної діяльності, необхідно здійснювати якісні перетворення та нові впровадження, які стосуються політичного, регуляторного та бізнес середовища, зокрема: ефективності роботи уряду, політичної стабільності, якості регуляторної політики, легкості отримання довідки про неплатоспроможність. Також низькими залишаються показники розвитку інфраструктури: валове нагромадження капіталу у % ВВП, екологічна стійкість.

Фактором, який стримує інноваційний розвиток є низький рівень R&D витрат, що обумовлює пошук інших джерел фінансування та міграцію науковців за межі України. За даними Державної служби статистики України, за останні 2 роки чисельність науковців зменшилась майже на 18 %, а в порівнянні з 1991 роком – на 78 %. Найбільша частка науковців покинули незалежну Україну в період з 1991 по 1995 рр., а друга хвиля інтелектуальної міграції припала на 2008–2010 рр. та третя хвиля – на 2014–2015 рр.[7] Безумовно відтік інтелектуального капіталу пов'язаний з відсутністю мотивації науковців. Уряд України намагається запровадити цифрову економіку, при умові, що немає ефективної національної інноваційної системи з ринковим механізмом.

**Висновки.** Підприємства, які конкурують на ринку сьогодні, для підтримки й підвищення своєї конкурентоспроможності потребують залучення стратегії не бізнесу інновацій, а бізнесових інновацій.

Проблема впровадження інновацій з одного боку спричинена різноманітними зовнішніми чинниками, які впливають на підприємство, а також людськими ресурсами, які звикли виконувати свої стандартні функції. Інновації - неповторювані та непередбачувані. Тому серед

людей, які звикли працювати за правилами, виникає супротив інноваціям. Вони працюють так, як вони звикли, підтримуючи ключовий бізнес. Але компанії повинні ефективно реалізовувати та використовувати інновації в своїй діяльності для реалізації будь-яких покращень.

Головними складовими процесу впровадження інновацій є:

- налаштування на значний напрямок розвитку технологій,
- вивчення тенденції,
- розуміння, як еволюціонувати, тобто організаційно могли впровадити інновацію,
- правильне масштабування зміненого аспекту бізнесу,
- залучення співробітників компанії до інновацій.

Більша частина компаній, які впроваджують інновації, намагаються подолати проблеми і скористатися майже необмеженими можливостями, що надає сучасний стан української економіки. Експерти вважають вирішальним фактором успіху - залучення людей з боку бізнес-стратегії організації на етапі розробки будь-яких потенційних інновацій. Адже принципи відкритих інновацій та дизайн-мислення дозволяють об'єднувати людей з різних сфер компетенції, охоплюючи стратегію бізнесу і технології.

На макрорівні доцільно запровадити вдосконалення нормативно-правової бази для забезпечення розвитку інноваційної системи України та удосконалити механізми державного стимулювання інноваційної активності підприємств.

Великі ринки ІТ і телекомунікацій, забезпечують глобальне і регіональне охоплення ключових тенденцій, проблем в сфері інноваційного розвитку. Українські компанії можуть використовувати ці перспективні напрямки. Адже прискорення темпів цифрової обробки і технологічних інновацій змінює роль основного бізнес напрямку. І щоб успішно вести цифрове перетворення, організаціям потрібно вийти за рамки цифрових експериментів і почати застосовувати цифрові передові методи для масштабування.

Різноманітність інноваційних інструментів та досвід закордонних партнерів та успішних міжнародних фірм, дозволяє компаніям вибрати механізм, який відповідає обсягу ресурсів, внутрішнім корпоративним особливостям та управлінським уподобанням і здійснювати успішну діяльність.

*Аннотація.* Стаття посвячена аналізу інноваційної діяльності во время стремительного развития информационного общества и внедрение инноваций для захвата большего сегмента рынка. В статье уделяется внимание малораспространенным, но важным для продвижения бизнеса и создания лояльного отношения потребителей, способам и методам рекламы бизнеса в сети Интернет.

*Ключевые слова:* инновации, таргетинговой реклама, информационное общество, инновационный бизнес, контекстная реклама.

*Abstract.* The article is devoted to the analysis of innovation activity during the rapid development of the information society and the introduction of innovations to capture a larger segment of the market. The article pays attention to the few, but important for business promotion and the creation of a loyal attitude of consumers, methods for advertising business on the Internet.

*Keywords:* innovations, targeting advertising, information society, innovative business, contextual advertising.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smartсуспільства / В. Воронкова, Т. Романенко, Р. Андрукайтене.
2. Модель ІТ Pay-As-You-Go [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://books.google.com.ua/books>
3. AdWords Довідка [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://support.google.com/adwords>.
4. Модель інноваційного розвитку США в контексті сучасного розвитку / Хаїрова Е.А..
5. R&D Magazine Global Funding Forecast. – 2017. – С. 36
6. Global Innovation Index 2017 Report Now Available. // TENTH EDITION. – 2017.
7. Український Інститут Майбутнього - Глобальний інноваційний індекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://uifuture.org/uk/post/ukraina-pidnalasa-na-6-pozicij-u-globalnomu-innovacijnomu-indeksi\\_305](https://uifuture.org/uk/post/ukraina-pidnalasa-na-6-pozicij-u-globalnomu-innovacijnomu-indeksi_305).