

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
X Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

29 вересня – 1 жовтня 2016 року

Суми 2016

ПРОВАЙДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Інноваційні процеси в економіці України не набули вагомих масштабів. Кількість підприємств, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить 12-14 %, що менше в 3-4 рази, ніж в інноваційно розвинених економіках. Наукомісткість промислового виробництва перебуває на рівні 0,3 %, що на порядок менше від світового рівня. При цьому майже третина коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, тоді як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення науково-дослідної та дослідно-конструкторської роботи (НДДКР) витрати на порядок менші.

За Європейським інноваційним рейтингом Україна знаходиться в останній за рівнем інноваційності четвертій групі – «країни, що рухаються навздогін» зі значенням індексу 0,23. Порівняно з іншими країнами ЄС, відставання України становить: від «країн-лідерів» – приблизно у 3 рази (Швеція – 0,68), від «країн-послідовників» – 2 рази (Великобританія – 0,48), від країн «помірні інноватори» – 1,6 рази (Норвегія – 0,35) [1]. Успіх інноваційної політики залежить від ефективності управлінського механізму, який об'єднує в єдиний блок розроблення, упровадження у виробництво, реалізацію, комерціалізацію, поширення і споживання інновацій.

Метою дослідження є визначення інструментарію, пріоритетів та особливостей імплементації методології провайдингу у процес комерціалізації господарської діяльності та активізації маркетингу інновацій в Україні.

Термін «провайдинг» (переклад з англійської) дослівно означає «забезпечення» або «той, що забезпечує». І хоча в міжнародній практиці найбільше цей термін використовується в сфері інформаційно-технологічного маркетингового забезпечення постачання послуг (інтернет-провайдинг, хост-провайдинг, контент-провайдинг, провайдер і таке інше), проте останнім часом все більше застосування зазначена категорія набуває в загальному розумінні забезпечення інноваційної діяльності.

На думку авторів, провайдинг інновацій – це комплексне організаційно-економічне забезпечення маркетингового процесу

створення і виведення на ринок інноваційних проєктів (товарів, послуг), що охоплює всі стадії інноваційного циклу товару (послуги) та включає різні функціональні види забезпечення в їх сукупності, а саме: психологічне, інституційне (законодавче), фінансове (інвестиційне), інформаційне, кадрове. Вдалим досвідом вивчення попиту суспільства на інноваційні продукти (технології) та вивчення особливостей взаємозв'язку державного управління з бізнесом у сфері провайдингу інновацій є впровадження у вітчизняну практику функціонування сучасних соціальних інноваційних проєктів – краудсорсингових Інтернет-платформ. Вони орієнтовані на використання потенціалу соціальних Інтернет-мереж. В інноваційній сфері краудсорсинг слід розглядати як мобілізацію ресурсів великої кількості людей через застосування новітніх інформаційних технологій задля вирішення актуальних питань з соціалізації, екологізації та підвищення ефективності трансферу інноваційних технологій на рівні підприємства, регіону та суспільства в цілому.

Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду (США та Європейського Союзу) дозволив зробити наступні висновки та визначити пріоритетні напрямки розвитку провайдингу інновацій в Україні, а саме: вдосконалення нормативно-правової бази захисту інтелектуальної власності; поліпшення фінансування інноваційного розвитку; проведення цілеспрямованої підготовки кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності; впорядкування роботи технопарків, створення сучасних наукових лабораторій при корпораціях, новітньої інфраструктури і інформаційних банків технологій, спеціальних інноваційних фондів з залученням інституціональних інвесторів, комерційних банків; удосконалення системи управління інноваційними проєктами та програмами; поліпшення організаційно-фінансової інфраструктури інноваційної діяльності; підвищення інноваційної культури суспільства; широке застосування у всіх галузях економіки і сферах суспільного життя інформаційно-комунікаційних краудсорсингових технологій; формування загальнодержавної системи автоматизованого пошуку, збору, накопичення, аналітичного оброблення, систематизації, інформації в галузі науково-технологічного та інноваційного розвитку, єдиної системи обліку інформаційних ресурсів держави.

1. Український інститут науково-технічної і економічної інформації. Інноваційна спроможність та технологічна готовність української економіки у міжнародних порівняннях. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uinte.kiev.ua/viewpage.php?page_id=432.