

2. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Внутрішня торгівля. Кількість бірж. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.10.2021).

3. Аграрна біржа: веб-сайт. URL: <http://agrex.gov.ua> (дата звернення: 5 квітня 2021).

4. Завадських Г.М., Тебенко В.М. Сучасний стан та перспективи розвитку біржового товарного ринку України. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2018. № 1(36). С. 146-154. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/196144770.pdf> (дата звернення: 08.10.2021).

Бурковська Анна Іванівна

асистент кафедри менеджменту та маркетингу

Сухорукова Інна

здобувач вищої освіти 3 курсу спеціальності 073 «Менеджмент»

Миколаївський національний аграрний університет

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ

(Менеджмент)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

Стрімкий розвиток Інтернету і його проникнення практично у всі сфери людської діяльності ініціював формування інтернет-економіки, яка стрімко розвивається. На сьогоднішній день багато підприємств перевели свою роботу в режим інтернет-проектів. Пов'язано це, перш за все, з тим, що ведення бізнесу через інтернет є більш вигідним з економічної сторони, ніж традиційний бізнес. Крім того, все більше число споживачів у всьому світі починають купувати товари і навіть послуги за допомогою Інтернету. Відповідно, щодня зростає конкуренція і між різноманітними маркетинговими дослідженнями в Інтернеті.

У сучасних економічних умовах одним з основних факторів забезпечення конкурентоспроможності національних економік і окремих підприємств є інновації і інноваційна діяльність, що потребує застосування специфічних методів, принципів, прийомів, засобів підготовки і реалізації інноваційних змін. Вони знаходять своє втілення в інноваційному менеджменті, який розглядається одночасно як наука та мистецтво управління інноваціями, як вид діяльності та процес прийняття інноваційних рішень, як інструментарій управління інноваціями [1].

Сучасні зміни, що відбуваються в цифровому менеджменті та маркетингу діляться на три великі групи для більш точного їх розуміння, а саме:

1. Інновації в методології менеджменту полягають в утворенні нових напрямків і відгалужень в концепції управління: синергетичний менеджмент; гендерний менеджмент; мережевий менеджмент; креативний менеджмент; командний менеджмент; комунікативний і комунікаційний менеджмент.

2. Інновації у внутрішніх структурних підвидах єдиного менеджменту, який у великих корпораціях і фірмах різних сфер економіки поділяється на: виробничий менеджмент, керівництво маркетингом, фінансовий менеджмент, кадровий менеджмент, зовнішньоекономічний менеджмент, управління інноваціями і т.д. У сучасному виробничому менеджменті відбуваються інновації в технології виготовлення, ресурсозбереження, в промислових і конструктивних специфікаціях продукції, що випускається і т.д.

3. Інновації в сфері науки і практики єдиного менеджменту та маркетингу. Безпосередньо це належить до механізмів менеджменту, як з'єднання взаємозалежних елементів впливу на об'єкт управління. Труднощі і багатоаспектність сучасного менеджменту особливо помітна на сьогоднішній день в методах управління організацією [2].

Для економіки саме інновації й інноваційний розвиток є тією рушійною силою, яка здатна забезпечити економічну незалежність країни і подолання розриву з розвинутими державами. Це справедливо як для національної

економіки в цілому, так і для окремих підприємств і установ. Природно, цим процесом необхідно цілеспрямовано й ефективно управляти, не покладаючись на дію лише ринкових регуляторів [3].

У таких умовах особливої актуальності набуває інноваційний менеджмент, який розглядається як наука і практичне керівництво з управління інноваційними процесами на макро- і мікрорівнях економіки. У сучасних умовах серед складових частин антикризового менеджменту консолідуючу роль відіграє саме інноваційний менеджмент, що забезпечує узгоджену взаємодію інших його видів: фінансового менеджменту, операційного менеджменту, менеджменту персоналу, маркетингового менеджменту тощо [1].

Отже, розвиток інноваційного менеджменту і маркетингу обумовлено процесами глобалізації та інтеграції, вдосконалення технологій, посилення поділу праці, поширення інформаційних технологій - це управління організацією, колективами і процесами, які відбуваються в ході роботи фірми або підприємства.

Література:

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник. Суми: ВТД Університетська книга, 2010. 334 с.

2. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства. Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія. Суми: СНАУ, 2018. С.31- 43.

3. Кучинський В. А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами. Серія: Економічні науки. Вісник НТУ «ХП». № 19 (1295), 2018. С. 127-130.