

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

к.е.н., доцент Подлужна Н.О.
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

Формування економіки знань на регіональному рівні можливо лише за умови активного використання ІКТ у виробничо-комерційній діяльності суб'єктів господарювання всіх форм власності та сфер економічної діяльності. Саме на основі застосування новітніх технологій прискорюються процеси генерації, нагромадження, використання та розповсюдження інноваційних знань між працівниками, стратегічними партнерами, провідними фахівцями науки і освіти, створюються додаткові можливості для їх економічного й інтелектуального розвитку, відкриваються реальні перспективи щодо розробки та поширення е-стратегій. Отже діагностика процесів використання ІКТ суб'єктами господарювання регіонів України має стати підґрунтям для прийняття дієвих управлінських рішень і розробки практичних рекомендацій, спрямованих на прискорення темпів знаннєвого розвитку певної території.

У результаті дослідження встановлено, що найбільш розповсюдженим напрямом використання соціальних медіа залишається реклама продукції, яку як інструмент обрали 21,8% суб'єктів господарювання, що мали доступ до мережі Internet (табл. 1) [1, с. 6, 25].

Таблиця 1

Напрями використання українськими суб'єктами господарювання соціальних медіа протягом 2014-2016 рр.*

Напрями використання соціальних медіа	Загальна кількість підприємств			Відношення значення показника 2016 р. до 2014 р.	Частка підприємств, що використовують даний напрям соціальних медіа від кількості підприємств, які мають доступ до мережі Internet, %
	2014	2015	2016		
Представлення підприємства або рекламування роботи (товарів, послуг)	4814	6519	8460	1,76	21,8
Отримування відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання	4002	5497	6089	1,52	15,7
Залучення клієнтів у розвиток або інновацію товарів та послуг	2647	3703	3963	1,50	10,2
Співпраця з діловими партнерами або іншими організаціями	4686	6155	6789	1,45	17,5
Наймання працівників	2530	3732	4275	1,69	11,0
Обмін поглядами, думками або знаннями усередині підприємства	3177	4223	4286	1,35	11,0

*Складено та розраховано автором за даними [1, с. 25; 2, с. 22; 3, с. 26]

Натомість застосування соціальних медіа для обміну поглядами, думками або знаннями усередині підприємства та залучення клієнтів до розвитку або інноваційного оновлення продукції є менш затребуваними напрямами. Так, лише 10,0% підприємств, які мають доступ до мережі Internet, залучали споживачів до процесу оновлення товарів, та 11,0% – запровадили систему обміну поглядами, думками або знаннями між персоналом [1, с. 6, 25]. Тобто можна констатувати, що маркетингові аспекти використання соціальних медіа мають більшу поширеність серед суб'єктів господарювання України порівняно зі знаннєво-інноваційними напрямами. Водночас навіть такий перспективний варіант використання соціальних медіа на практиці має досить низький рівень

застосування, що можна пояснити нехваткою на місцях відповідних фахівців, здатних на досить високому рівні здійснювати розробку та адміністрування соціального контенту у професійних цілях.

Найчастіше у 2016 р. мережу Internet було використано для здійснення кореспонденції електронною поштою (97,0% підприємств із доступом до мережі Internet), банківських операцій (95,3%), інформування про продукцію (85,8%) та взаємодії із органами державної влади (78,1%) [1, с. 11].

При цьому операції в мережі Internet, пов'язані із повсякденним отриманням інформації, спрощенням й прискоренням оперативних процедур діяльності частіше використовувалися у виробничо-комерційній сфері, так як являються вже достатньо опанованими. Натомість операції, які потребують більш тривалих процедур розробки і запровадження нових підходів до отримання й обробки інформації, користуються поки що меншим попитом, що скорочує загальну ефективність застосування ІКТ на рівні підприємства.

Гальмування знаннєвого розвитку відбувається також і через низьке поширення на практиці електронної комерції. Так, у 2016 р. лише 6,5% обстежених підприємств, які мали доступ до мережі Internet, отримували замовлення на продаж та 18,4% здійснювали закупівлі продукції на електронній основі [1, с. 20]. Переважну більшість з цих суб'єктів господарювання було представлено великими підприємствами.

Низький рівень використання ІКТ у виробничо-комерційній діяльності обумовлений недостатнім обсягом спеціальних знань у працівників. До того ж лише 26,4% суб'єктів господарювання мали фахівців у сфері ІКТ, а навчання у сфері ІКТ для фахівців й для інших співробітників здійснювало лише 5,3% та 5,0% підприємств відповідно [1, с. 22]. Водночас прогнози дослідження, результати яких наведено у Атласі нових професій України, щодо затребуваності у економіці регіону і країни професійних навичок людини та оцінка ймовірних тенденцій зміни попиту на професії у майбутньому вже сьогодні свідчать про те, що знання ІКТ стануть обов'язковою складовою компетентності для сучасних студентів й школярів, які через кілька років складатимуть конкурентну пропозицію на ринку праці. Саме тому вміння й навички застосування програм Word, Excel і мережі Internet стали обов'язковими вимогами до кандидатів при працевлаштуванні.

Слід також відмітити високу інтенсивність протягом 2014-2016 рр. використання середніми підприємствами соціальних мережах у цілях рекламування та спілкування з клієнтами [1, с. 25; 3, с. 26]. У 2013 р. 64,8% досліджених суб'єктів господарювання України здійснювали автоматизований обмін даними, при тому, що найвищий рівень даного показника спостерігався у Полтавській області – 92,9%, а найнижчий – у Сумській області та дорівнював 52,2% [4, с. 33]. При цьому у структурі розподілу суб'єктів господарювання за цілями здійснення автоматизованого обміну даними переважали відправлення або отримання даних державним установам (56,4%) та надання платіжних доручень фінансовим установам (47,2%). При цьому лідирує за цими напрямками здійснення автоматизованого обміну даними Полтавська область, рис. 1. До регіонів, що найменшим чином використовували інструменти автоматизованого обміну даними відносилися Закарпатська, Сумська, Чернівецька та Чернігівська області.

У результаті проведеного дослідження було виявлено обмеження, недоліки та слабкі місця, які у сукупності гальмують розвиток економіки знань у регіонах України. Саме тому доцільним вважається запровадження на рівні регіону стратегії розвитку і поширення ІКТ.

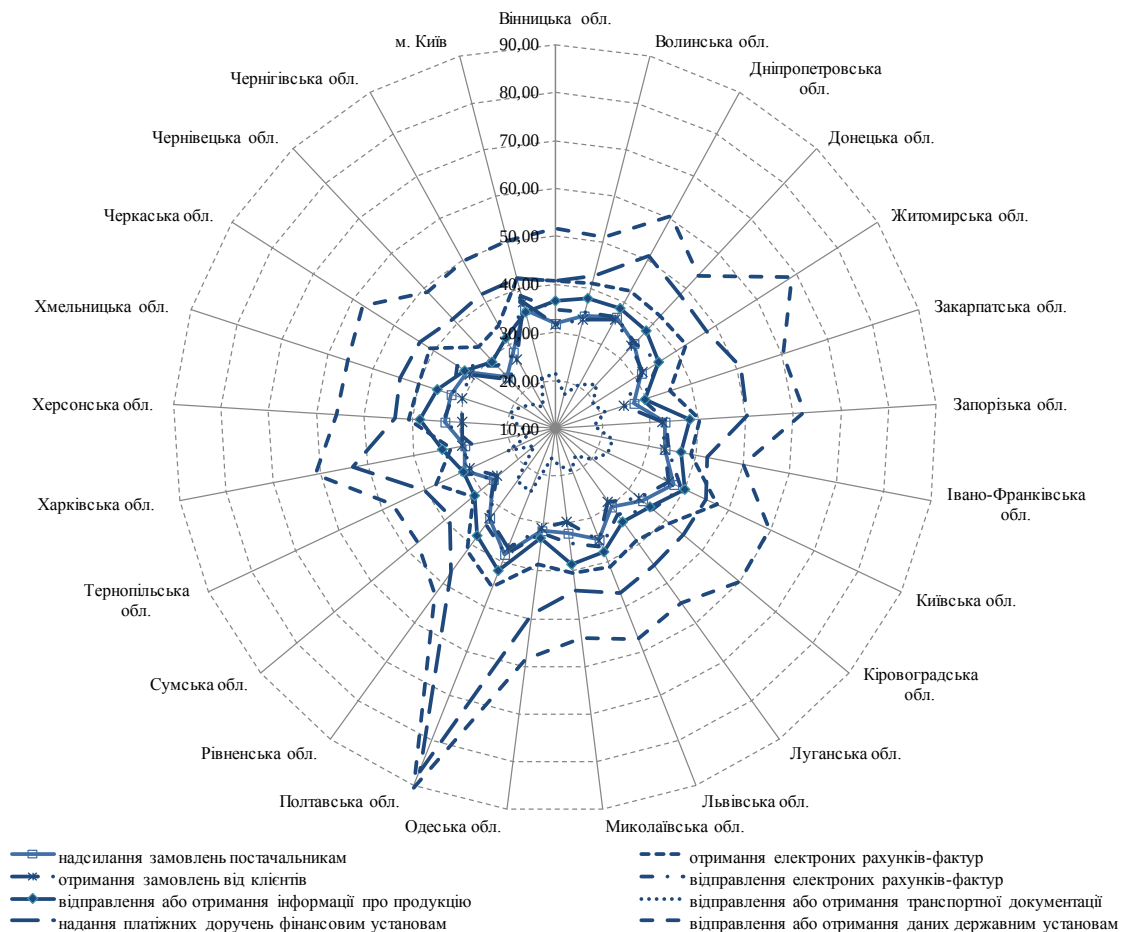


Рис. 1 Регіональний розподіл суб'єктів господарювання України за цілями здійснення автоматизованого обміну даними станом на 09.02.2013 р., %*

*Розраховано та побудовано автором за даними [4, с. 33]

Використання ІКТ на регіональному рівні прискорює процеси формування в країні певної форми економіки знань, що гарантовано створює умови для стійкого соціально-економічного зростання. Функціонування е-врядування, збільшення Internet-аудиторії з боку населення, суб'єктів господарювання і держсектору, покращення якості інформаційних послуг, підвищення попиту на послуги мобільного зв'язку, розвиток інформаційної інфраструктури та вільний доступ до її застосування будуть сприяти прискоренню процесів отримання, розповсюдження і нагромадження знань та розширення потенційних можливостей користувачів новітніх ІКТ.

Література

1. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах. Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України; [Відп. за випуск О. О. Кармазіна]. – К., 2017. – 30 с.
2. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах. Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. [Відп. за випуск О. О. Кармазіна]. – К., 2016. – 24с.
3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України. Статистичний бюлетень Державна служба статистики України. [Відп. за випуск О.О. Кармазіна]. – К., 2015. – 28 с.
4. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України. Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. [Відп. за випуск Калачова І.В.]. – К., 2013. – 44 с.