

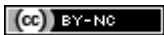
Лоуренс Мпеле Леханья, Нзе Грейс Оладжумоке, Дорасами Нирмала

Дослідження потреби малих, середніх та мікропідприємств, що виробляють товари повсякденного попиту (FMCG), у інноваціях для забезпечення зростання

Мета авторів статті – дослідити рівень інноваційної активності у секторі малих, середніх та мікропідприємств, що виробляють товари повсякденного попиту та визначити причини низької інноваційної активності у галузі, а також розглянути ступінь впливу цих факторів на ефективність інноваційних стратегій малих, середніх та мікропідприємств, що виробляють товари повсякденного попиту, а також розробити нову інноваційну стратегію для подолання проблем інноваційної діяльності у їх економічному розвитку. Для збору первинних даних було використано змішаний підхід з розробкою анкети, в основі якої лежать кількісні та якісні дослідження. Вибірка складається зі 120 малих, середніх та мікропідприємств, що виробляють товари повсякденного попиту. Для аналізу даних було використано SPSS 23.0. Результати дослідження будуть представлені у формі малюнків і діаграм. Це дослідження є корисним інструментом для широкого загалу та стейкхолдерів у цьому секторі.

Ключові слова: сталий розвиток, інновація, промисловість, навколишнє природне середовище, малі, середні та мікропідприємства, виробники, товари повсякденного попиту (FMCG).

Класифікація JEL: O12, O31, L60, L26.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Лоуренс Мпеле Леханья, Нзе Грейс Оладжумоке, Дорасами Нирмала

Исследование потребности малых, средних и микропредприятий, производящих товары повседневного спроса (FMCG), в инновациях для обеспечения роста

Цель авторов статьи - исследовать уровень инновационной активности в секторе малых, средних и микропредприятий, производящих товары повседневного спроса и определить причины низкой инновационной активности в отрасли, а также рассмотреть степень влияния этих факторов на эффективность инновационных стратегий малых, средних и микропредприятий, производящих товары повседневного спроса, а также разработать новую инновационную стратегию для преодоления проблем инновационной деятельности в их экономическом развитии. Для сбора первичных данных был использован смешанный подход с разработкой анкеты, в основе которой лежат количественные и качественные исследования. Выборка состоит из 120 малых, средних и микропредприятий, производящих товары повседневного спроса. Для анализа данных был использован SPSS 23.0. Результаты исследования будут представлены в форме рисунков и диаграмм. Это исследование является полезным инструментом для широкой общественности и стейкхолдеров в данном секторе.

Ключевые слова: устойчивое развитие, инновация, промышленность, окружающая природная среда, малые, средние и микропредприятия, производители, товары повседневного спроса (FMCG).

Классификация JEL: O12, O31, L60, L26.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.