

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Виникнення кризових явищ в економічних системах різного рівня обумовлюють необхідність дослідження питань існування, функціонування, змін та розвитку економічних об'єктів. Проте, якщо криза кінця 90-х років більшістю вчених пов'язується з трансформаційними процесами (переходом ряду країн від централізованого планового типу господарювання до управління на основі ринкових принципів), то криза, початок якої припадає на 2008 рік, на нашу думку, пов'язана насамперед з уповільненням інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах, що в свою чергу обумовлено низькою результативністю управління інноваційним розвитком маркетингової діяльності підприємств.

Слід визнати, що під час реформ з початку 1991 року створена законодавча база, метою якої є регулювання наукової та науково-технічної діяльності в Україні. Між тим, тривалий час інноваційному законодавству України дійсно була властива певна «фрагментарність та непослідовність». Так, лише в 1999 р. Верховною Радою України було прийнято «Концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку України». Найбільш важливий закон у цій сфері «Про інноваційну діяльність» вступив у дію лише у 2002 році. Світова криза, яка у 2008 році охопила всі країни, незалежно від рівня їхнього розвитку, потребувала розробки та ухвалення нового програмного документа «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів», який було прийнято 17 червня 2009 року у Верховній Раді.

Саме в цей час розпочався пошук шляхів активізації інноваційної діяльності та усвідомлення сутності й форм її організації, а термін «інновація» почав активно використовуватися як самостійно, так і для визначення споріднених понять (інноваційна активність, інноваційна спрямованість, інноваційний потенціал, інноваційний розвиток та ін.).

Про фактори, які перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності, говорили вчені та політики на парламентських слуханнях на тему: «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів», які відбулися 17 червня 2009 року у Верховній Раді. Учасники слухань визначили основні фактори, які перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності. Серед них домінують переважно вартісні, а саме:

- нестача власних коштів (80,1% обстежених підприємств);
- великі витрати на нововведення (55,5%);
- недостатня фінансова підтримка держави (53,7%);
- високий економічний ризик (41%);
- тривалий термін окупності нововведень (38,7%);
- відсутність коштів у замовників (33,3%) [1].

Також заважає недосконалість законодавчої бази (40,4%), відсутність попиту на продукцію (16%), відсутність кваліфікованого персоналу (20%), відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7%), нестача інформації про ринки збуту (17,4%), нестача інформації про нові технології (17,3%) [1].

Все це, за словами парламентаріїв, є наслідком відсутності стратегії переведення економіки України на інноваційний шлях розвитку, формування національної інноваційної системи, яка забезпечувала б його реалізацію, неналежного використання методів планування на всіх рівнях управління (системного аналізу, прогнозування, оптимізації, програмно-цільових методів управління тощо), недостатнього рівня інноваційної культури працівників органів державної влади.

Науковці сьогодні висловлюють занепокоєння з приводу того, що «самоусунення української держави від стимулювання інноваційних процесів і підтримки високотехнологічних призвело до вкрай негативних структурних змін в економіці – занепаду високотехнологічних підприємств і домінування низько технологічних та сировинних». Цим зумовлене зниження попиту на наукові дослідження і розробки й фактичне згорання інноваційної діяльності в промисловості. Згідно з офіційними даними в Україні з 1991 року через непослідовність у проведенні науково-технологічної та інноваційної політики та її низьку ефективність закріплюються тенденції до технологічного відставання від розвинених країн світу. Наслідком цього стає зниження конкурентоспроможності національної економіки, гальмування розвитку високотехнологічних галузей промисловості, падіння якості робочої сили. Водночас розвиток національної інноваційної системи як окремий об'єкт державної політики, стратегічні цілі розвитку, основні засади та функціонування національної інноваційної системи в нормативно-правовій базі нажаль все ще відсутні.

У той же час закріплення негативних тенденцій в інноваційній сфері може призвести до зростання загроз національній безпеці, вибуття України із числа економічно розвинених країн світу та перетворення її у ресурсний придаток однієї або групи країн-лідерів.

Слід також відзначити зниження рівня фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, яке призвело до відтоку з України кваліфікованих наукових та технічних кадрів, занепаду багатьох наукових шкіл, стрімкої деградації матеріально-технічної бази наукових та науково-технологічних досліджень, переважного впровадження в Україні запозичених технологій не найкращої якості.

Слід визнати, що в Україні присутні майже всі ланки господарського механізму, здатного продукувати

інноваційну та конкурентоспроможну продукцію. Проблема сьогодні лежить в площині організації ефективної взаємодії всіх підрозділів підприємства з огляду на потрібний результат інноваційної діяльності.

Основним змістом управління інноваційним розвитком стає саме координація злагодженої роботи усіх ланок господарського механізму, налаштованого на продукування конкурентоспроможної високотехнологічної інноваційної продукції. Результатом цього має стати істотне прискорення економічного зростання країни та конкурентоспроможності її економіки.

Більшість вчених зазначає, що за останні роки в Україні в цілому значно зменшився інноваційно-ресурсний потенціал. Виникла гостра необхідність формування такої політики, яка переорієнтувала б суб'єктів господарської діяльності від традиційного до високотехнологічного виробництва, що вимагає перебудови системи управління інноваційною діяльністю підприємств.

Окрім значної кількості досліджень стосовно факторів інноваційного розвитку підприємств значна їхня кількість спрямована на розробку відповідних інструментів та засобів активізації інноваційної діяльності, пошуків шляхів інноваційного розвитку підприємств, наявність яких також є важливою передумовою інноваційного розвитку підприємств.

При проведенні дослідження інноваційного розвитку підприємств, на наш погляд, є цікавим вивчення рівнів такого розвитку. Слід визнати, що найбільш вагомий внесок у оцінку рівня інноваційного розвитку підприємств в цілому та маркетингової діяльності зокрема зробили такі вчені, як Л.І. Федулова, С.М. Ілляшенко, В.Б. Мелехін, Ш.Т. Ісмаїлова, М.С. Абібулаєв, А.А. Трифілова [2, 3, 4, 5]. Розробка і практичне використання методики оцінки рівня інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємства може бути корисною в управлінні маркетинговою діяльністю в цілому.

Проведені дослідження показують, що інноваційні проекти з розвитку маркетингової діяльності здатні прискорити інноваційний розвиток підприємства, досягнути зниження ризиків у інноваційній діяльності, забезпечити ефективність інвестування у реалізацію інновацій. Але при цьому існує значна проблема, пов'язана з вибором показників для оцінки рівня інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємства. Найчастіше ці показники мають статичний характер, тобто показують стан окремих напрямків маркетингової діяльності у деякий період часу.

Тому актуальною проблемою є вибір найбільш значущих показників організаційно-економічного забезпечення управління інноваційним розвитком маркетингової діяльності підприємства з погляду стійкого його розвитку. Основною аналітичного інструментарію, на нашу думку, виступає сукупність аналітичних показників, які можуть бути розраховані за даними статистичної звітності і використані для прийняття управлінських рішень.

За результатами наших досліджень пропонується удосконалення аналітичного інструментарію управління інноваційним розвитком маркетингової діяльності підприємства шляхом формування інтегрального індикатора, де за базу порівняння пропонується використовувати комплексну індикативну сукупність показників інноваційного розвитку, до якої залучено показники прогресивності засобів виробництва, показники інноваційності технології виробництва, показники інтелектуального капіталу підприємства, показники фінансового та інформаційного забезпечення інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємства і показники загального рівня інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємства.

У зв'язку з тим, що представлені показники є неоднорідними, необхідно використовувати спеціальні методичні підходи узагальнення показників. Ціль запропонованого аналітичного інструментарію – створення інформаційно-аналітичної бази для прийняття економічно обґрунтованих, аргументованих управлінських рішень щодо вибору пріоритетів інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємств.

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. - Режим доступу: www.in.gov.ua/files/content/binder15454.pdf

2. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці : [монографія] / [за ред. С.М. Ілляшенка]. - Суми: ВТД „Університетська книга”, 2005. – 582 с.

3. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : [монографія] / [за ред. М.П. Денисенка, Л.І. Михайлової]. - Суми: Університетська книга, 2008. – 1050 с.

4. Трифілова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А.А. Трифилова. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 304 с.

5. Федулова Л.І. Інноваційна економіка / Л.І. Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.