

УДК 33.021:004.521:658.6

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО НАПРЯМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ілляшенко Н.С., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю
Сумський державний університет

Росохата А.С., фахівець I категорії кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю
Сумський державний університет

Сучасний маркетинговий підхід до організації господарської діяльності промислових підприємств розкриває можливості узгодження комплексу факторів впливу на них, забезпечує використання існуючих можливостей з максимальним ефектом для досягнення поставлених цілей, обумовлюючи необхідність впровадження інновацій. Ефективне застосування елементів комплексу маркетингу в рамках реалізації інноваційної діяльності промислового підприємства залежить не лише від інформаційної, технічної, інтелектуальної та економічної бази, яку має підприємство перед впровадженням конкретних напрямів інноваційної діяльності, а й у багато в чому залежить від прогнозних оцінок настання чи не настання конкретних ефектів у майбутньому.

Наявність внутрішні та зовнішні маркетингових аспектів, що здійснюють вплив на інноваційну діяльність промислового підприємства у випадку будь-якої його стратегічної спрямованості виступають лише передумовою вибору конкретних інноваційних рішень. З метою комплексного забезпечення прийняття інноваційних рішень на підприємстві виступає діяльність по прогнозуванню інноваційної діяльності.

У сучасній економіці України прийнято вважати, що впровадження будь-якої інноваційної діяльності матиме позитивний ефект господарювання в майбутньому, але в рамках конкретних промислових підприємств дане судження має свої особливості. Доцільно зауважити, що лише ті інновації у будь-якій своїй формі можна назвати успішними для підприємства, котрі задовольняють виконання основної цілі діяльності – максимізації прибутку. Шляхи досягнення даної цілі можуть мати велику кількість варіантів, але лише ті є ефективними, котрі, розкриваючи конкурентні переваги з найменшими витратами, приносять економічний та соціальний ефект для діяльності підприємства. Тобто є перспективними і передбачають не лише впровадження тих напрямів інноваційної діяльності підприємства, що є максимально успішними для нього з позиції маркетингу та економічної ефективності, а й виокремлюють далеко строкову перспективу стратегічного розвитку, окреслюють виражені кроки по реалізації проектів не лише з користю для підприємства, а й усього суспільства взагалі, несуть в собі впровадження інноваційних інструментів з метою розвитку соціально-етичного потенціалу, а найголовніше – розкривають ті аспекти інноваційної діяльності, що можуть стати базисом для виокремлення нових світових тенденцій трансформації суспільства та (або) вивести систему інноваційної діяльності підприємства на якісно новий рівень [1].

Не претендуючи на вичерпність аналізу, слід зробити висновок, що правильний прогноз майбутніх змін передбачає правильно визначити стратегію, яка буде гарантом перемоги в конкурентній боротьбі, а для цього необхідно визначити останні тренди та тенденції. Згідно з проведеним системно-структурним та логічним аналізом пропонується в рамках маркетингової орієнтації ведення господарської діяльності промислового підприємства окреслити визначення поняття «Перспективний напрям інноваційного розвитку промислового підприємства».

Перспективний напрям інноваційного розвитку промислового підприємства (ПНІР) – науково, економічно та соціально обґрунтований шлях розвитку підприємства (що покладено в основу його місії), який формується на основі виявлених в результаті аналізу сьогодення однорідних процесів та явищ в сфері виробничої діяльності підприємств, що утворюють певні тенденції, та досягається шляхом впровадження в господарську діяльність інновацій, які спричиняють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують його конкурентоздатність та створюють умови для подальшого розвитку. Сутність поняття ПНІР ґрунтується на базисах здійснення ефективної діяльності, що обумовлює ринково-орієнтоване ведення бізнесу, тобто передбачає маркетинговий підхід, більш детально складові визначення даного твердження наведені у табл. 1.

У випадку здійснення прогнозування перспективного напрямку інноваційного розвитку промислового підприємства, якому характерні орієнтація на ефективне виконання стратегічного спрямування інноваційної діяльності за рахунок орієнтації на мінливі фактори середовища підприємства та виходячи із особливостей об'єкту дослідження стає можливим окреслення визначення поняття «Прогнозування перспективного напрямку інноваційного розвитку» (ППНІР), що

являє собою процес передбачення майбутніх шляхів розвитку підприємства та факторів, що впливають на швидкість їх досягнення, що базується на аналізі сучасних тенденцій у виробничій діяльності підприємств та визначає їх вірогідний розвиток.

Таблиця 1. – Деталізація складових визначення поняття ППНІР

Складова визначення	Характеристика
Науково, економічно та соціально обґрунтований шлях розвитку	Здійснення управлінських дій щодо підготовки, прийняття та реалізації рішень в рамках встановлення напряму розвитку; представляє собою продукт управлінської діяльності, що є науково обґрунтований, теоретико-методично розроблений; формується на основі врахування сучасних інноваційних ідей, орієнтований на задоволення запитів споживачів та збільшення їхньої частки, а також передбачає врахування витрат, що несе за собою реалізація інновацій;
Покладений в основу місії	Основою для виконання господарської діяльності підприємства є орієнтація на його місію. Дотримання інноваційного вектору розвитку визначає першочерговість виконання поставлених цілей, при цьому впровадження може передбачати коригування базової місії;
Аналіз однорідних процесів та явищ сьогодення	Перспективний підхід до прогнозування передбачає орієнтацію на сучасні та майбутні тенденції розвитку, що базується на твердженні що для випереджаючого розвитку підприємства в майбутньому дослідження ретроспективи, та на її основі побудова прогнозів не є доцільним;
Сфера виробничої діяльності	Основними критеріями відбору процесів та явищ, що формують тенденції є орієнтація на виробничий потенціал підприємства, а саме спрямування на внесення змін до техніко-технологічного напряму його діяльності, адже саме вони є первинними для господарської діяльності промислового підприємства;
Впровадження інновацій	Здійснення інноваційної діяльності промислового підприємства у стратегічному розрізі являє собою один із дієвих інструментів досягнення комерційних та соціальних цілей. Світовий досвід показує, що інноваційний шлях розвитку підприємства є провідний на сьогодні;
Поліпшення кількісних та якісних характеристик	Перехід підприємства на такий шлях розвитку, що враховує сучасні запити та потреби споживачів-новаторів розкриває можливості покращення ефективності діяльності підприємства в майбутньому не лише у напрямку фінансових показників (прибутковості), але й формуються умови для довгострокового розвитку;
Створення умов для подальшого розвитку	Дотримання сучасних перспектив розвитку підприємства є платформою для успішного ведення його діяльності в майбутньому та створювати умови для реалізації концепцій інноваційного маркетингу та випереджального розвитку.

Визначення поняття ППНІР обумовлене прогнозуванням на засадах маркетингу, що ґрунтується на реалізації процесів комплексного обґрунтованого передбачення майбутнього розвитку подій об'єкта із орієнтацією на потреби та запити споживачів та максимального їх задоволення шляхом розробки наукових прогнозів із врахуванням всіх чинників суспільного життя та застосуванням всієї сукупності методів, засобів і способів економічної прогностики. Основними засадами, на основі яких можна окреслити та виокремити перспективні напрями інноваційної діяльності, є: економічна ефективність, термін реалізації, інтенсивність конкуренції, темпи зростання бізнесу, наявність аналогів та заміників ефектів інноваційної діяльності, вид інновацій за потенціалом і ступенем новизни, кількість зайнятих фахівців вищої кваліфікації, кількість й загальна вартість об'єктів інтелектуальної вартості, які повинні бути створені в ході реалізації, вартість створюваних у ході й у результаті реалізації інноваційних проектів та послуг, загальна кількість фахівців – випускників програм підготовки та підвищення кваліфікації у межах реалізації проекту, наявність соціального ефекту, результативність екологічних змін, альтернативність варіантів заміни у разі неуспішного впровадження та ін. [2].

Загалом всі існуючі фактори перспективності напрямів інноваційної діяльності в рамках підприємства можна об'єднати у групи в залежності від їхньої внутрішньовиробничої та ринкової

спрямованості, а саме: існуючі можливості підприємства, альтернативний розвиток галузі, рівень розвитку ринку, особливості спрямованості інноваційної діяльності, значення ефектів від впровадження. Так, максимальне врахування поданих груп факторів забезпечує дотримання вектору перспективності інноваційної діяльності промислового підприємства.

Перспективні напрями інноваційної діяльності підприємства є підґрунтям для успішного ведення загальної управлінської політики інноваційної діяльності підприємства. Так, у свою чергу результатами інноваційної діяльності підприємства можуть бути конкретні види ефектів як у внутрішній, так і зовнішній політиці підприємства [3]. Кожне промислове підприємство обираючи найбільш перспективний напрям інноваційної діяльності повинен спиратися не лише на можливості підприємства та галузі та доцільність його впровадження, але й об'єктивно оцінювати ступінь настання чи ненастання ефектів в результаті інноваційної орієнтації та реалізації безпосередньо проектів. Перелік виокремлення основних ефектів від прийняття конкретних інноваційних рішень та їх впровадження у інноваційну діяльність підприємства представлені в табл. 2.

Таблиця 2. – Ефекти для підприємства від впровадження інноваційної діяльності як базис для виокремлення об'єкту прогнозування

Результативні напрями інноваційної діяльності підприємства	
Проявляються у зовнішній діяльності	Проявляються у внутрішній діяльності
Розробка та реалізація такої продукції, яка буде розвивати об'єкти соціальної сфери.	Підвищення іміджу підприємства як суб'єкта господарської діяльності, що веде соціально-відповідальний бізнес.
Задоволення потреб місцевої соціальної сфери.	Скорочення товарообмінних операцій та інтеграція у світові структури.
Розроблення і впровадження ресурсозберігаючих технологій та засобів захисту навколишнього середовища від негативного впливу виробництва.	Організація ефективної технологічної кооперації з великими, середніми і малими підприємствами організаціями та установами.
Задоволення суспільних потреб населення (внутрішнього ринку) у високоякісній інноваційній продукції та послугах вітчизняного виробництва; зменшення залежності внутрішнього сегменту ринку підприємства від імпортних закупівель.	Організація спільного виробництва і реалізації високотехнологічної продукції з іноземними партнерами з використанням власних виробничих, торговельних площ та кваліфікованих кадрів.
Збільшення грошових надходжень до бюджету підприємства та району, в якому воно розташовано.	Застосування новітніх наукових розробок для підвищення якісних характеристик продукції.
Підприємство в розвитку місцевого підприємництва.	Нарощування можливостей інноваційного потенціалу для підвищення конкурентоспроможності.
Забезпечення надходжень коштів підприємства до бюджету в результаті інноваційної політики підприємства, забезпечення заробітною платою людей та їх більший рівень зайнятості.	Використання нової технології та техніки для підвищення характеристик продукції, послуг.
	Динамічне вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища ринку, у тому числі продукції, яка потрібна для місцевих потреб.

На основі виокремлення результативних напрямів інноваційної діяльності постає можливість виокремлення перспективних напрямів їх досягнення. Результативні напрями діяльності, що наведені у таблиці 2 формують інтерес виокремлення об'єкту прогнозування, але з метою їх кількісної оцінки використовують певні економічні показники.

1. Федулова І.В. Передумови інноваційного розвитку промислових підприємств України: монографія / І.В. Федулова. – К. : НУХТ, 2009. – 272 с.

2. Чупир О.М. Інтегрований інвестиційно-інноваційний процес групи підприємств: сутність та послідовність реалізації / О.М. Чупир / Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 215-219.

3. Підкамінний І.М. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства [Електронний ресурс] / І.М. Підкамінний, Ціпурида В.С. // Ефективна економіка. – 2011. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=480>

Росохата А.С. Маркетинговий підхід до визначення перспективного напрямку інноваційного розвитку промислового підприємства / Н.С. Ілляшенко, А.С. Росохата // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 28–29 травня 2015 року – Полтава : Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2015. – С. 137-143.