

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

© Ковальчук С.В., 2007

Визначаються основні концептуальні підходи до формування інноваційних процесів на різних економічних рівнях. Одним із головних підходів до інноваційної діяльності на регіональному рівні визначається кластеризація. Для ефективнішого формування та реалізації інноваційних процесів вважають за доцільне використовувати маркетингові підходи, які реалізуються в діяльності відповідних маркетингових структур.

In clause the basic conceptual approaches to formation of innovative processes on different economic levels are defined. By one of the main approaches to realization of innovative activity at a regional level it is 'clasteryisation'; I. For more effective formation and realization of innovative processes it is considered for expedient to use marketing approaches which are realized in activity of corresponding marketing structures.

Постановка проблеми

Формування в Україні економіки ринкового типу супроводжують кризові явища, труднощі матеріально-технічного забезпечення виробництва, відсутність достовірної інформації про споживачів, постачальників, про канали збуту, конкурентів. Це все вимушує керівників господарських підрозділів шукати шляхи та засоби для забезпечення нормального функціонування підприємств (установ).

Вивчення та аналіз еволюції ринкових відносин та соціально-економічних систем виявляє першорядність науково-технічного прогресу як визначального чинника трансформаційних змін у суспільстві. Саме науково-технічний прогрес забезпечує появу нових і вдосконалення наявних засобів виробництва і технологій, спрямованих на підвищення продуктивності праці. Відтак одним з основних напрямків покращання економічного стану як підприємств, так і економіки загалом є інноваційна діяльність.

В сучасних складних економічних умовах науково-технічні, організаційні, управлінські та соціальні нововведення є вирішальною умовою виживання та росту не лише більшості промислових підприємств, але й підприємств, що забезпечують функціонування ринкової інфраструктури й держави загалом. Проте для того, щоб нововведення стало запорукою ефективної господарської діяльності, воно повинно мати успіх у споживача, що неможливо без ретельного з'ясування та вивчення потреб ринку.

Отже, виникає проблема узгодження науково-дослідної та експериментально-конструкторської роботи з маркетинговою діяльністю підприємства. Незважаючи на те, що останнім часом відбуваються позитивні зрушення в цьому питанні, цілком очевидно, що ринкова орієнтація відсутня у більшості науково-технічних розробок, які були запропоновані машинобудівними підприємствами України, і саме це є головною причиною (окрім труднощів загальноекономічного характеру) невдач в діяльності передових у науково-технічному аспекті підприємств.

Сама по собі організація маркетингових структур на підприємствах ще не є запорукою інтенсифікації інноваційної діяльності в державі. Тому для вирішення цієї проблеми необхідно формувати комплексний підхід, який би охоплював мікро-, мезо- та макрорівні здійснення інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Останнім часом тематика інноваційних перетворень набула особливої популярності. Багато науковців, не всі з яких є економістами за освітою, працюють у цьому напрямі. Особливо вагомий внесок щодо розгляду інноваційної діяльності на рівні загальнодержавного управління зробили такі науковці, як А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко та інші. Стосовно формування та розвитку інноваційної теорії значний внесок зробили А.П. Александрова, О.М. Алімов, Ю.М. Бажал, В.М. Геєць, М.С. Герасимчук, Н.П. Гончарова, М.І. Долішній, О.О. Лапко, І.І. Лукінова, П.Г. Перерва, І.П. Продіус, В.М. Тимофєєва, Д.М. Черваньов, І.М. Школа, О.І. Яковлева. Щодо впровадження інновацій на рівні окремих господарюючих суб'єктів треба відзначити роботи таких вчених, як М.С. Герасимчука, Н.П. Гончарової, О.О. Орлова, О.М. Сумця, І.А. Тульпи, Н.І. Чухрай. Деякі з названих вчених намагалися поєднати інноваційну діяльність із маркетинговою за допо-

могою інноваційного маркетингу, але ці спроби також не мали комплексного характеру і не можуть бути використаними для всіх організаційно-економічних рівнів. Саме тому у цій статті нами робиться спроба розглянути можливе використання маркетингового інструментарію для підвищення ефективності інноваційної діяльності не лише на рівні окремих господарських суб'єктів чи галузей, але й на регіональному рівні та рівні загальнодержавного управління.

Постановка цілей

Метою написання цієї статті було визначити маркетингові підходи в управлінні інноваційною діяльністю як на загальнодержавному рівні, так і на рівні регіону та окремих господарських суб'єктів.

Відповідно до поставленої мети можна сформулювати і певні завдання дослідження, за допомогою яких буде реалізовуватися основна мета: визначити головні напрями державного регулювання та державної підтримки інноваційної діяльності та оцінити можливий вплив маркетингових заходів на підвищення її ефективності; проаналізувати стан інноваційно-інвестиційної діяльності на рівні регіону та розглянути можливі напрями її покращання за рахунок маркетингового інструментарію; запропонувати практичні рекомендації щодо застосування інноваційного маркетингу на підприємствах.

Усе вищезазначене, а також деякі інші аспекти поєднання маркетингової та інноваційної діяльності знайшли відображення у цій статті.

Виклад основного матеріалу

Об'єктивно зумовлений розвиток суспільних відносин змушує державу вирішувати проблеми, які виникають у національних товаровиробників, під час їхньої діяльності на окремих ринках таких, як ринки матеріальних ресурсів, палива та енергії. Процеси глобалізації економіки приводять до зміни ролі держави у регулюванні національної промислової системи. Насамперед це стосується визначення пріоритетних напрямів та організації державної підтримки виробників конкурентоспроможної продукції.

Стратегія досягнення високої конкурентоспроможності в економічно розвинених країнах світу спрямована на посилення інноваційних процесів в економіці як основної передумови для забезпечення її конкурентних переваг та збереження наявних технологічного, промислового, соціального розривів з країнами, що розвиваються.

Накопичений у світовій економіці досвід щодо ефективної інноваційної діяльності дає змогу зробити певні висновки.

По-перше, створити конкурентні переваги для країни можна лише за умови ефективної інноваційної політики, яка передбачає впровадження нових продуктів, технологій та нових методів організації виробництва.

По-друге, виробити конкурентоспроможну інноваційну політику можна лише за умови державної підтримки пріоритетних напрямів науково-технічного прогресу.

По-третє, розвиток науково-технічного прогресу напряму пов'язаний із якістю освіти та науки. Забезпечити високі показники в цих сферах суспільного життя без реальної підтримки з боку держави фактично неможливо.

По-четверте, реалізація всього вищезазначеного є можливою лише за наявності відповідного механізму реалізації державної інноваційної політики.

Відповідно до вищевикладеного можна сформулювати концепцію інноваційної політики держави, яка полягає в неухильній та послідовній орієнтації на комплексний процес створення, поширення та використання нових ідей, іншими словами – орієнтація на закінчений процес науково-технічних нововведень, нових технологій та нової техніки.

Держава як інститут законодавства та права, працюючи в науковій та інноваційній сферах, покликана сформулювати цілі інноваційної політики та власні пріоритети в цій сфері. Цілями наукової та інноваційної політики на загальнодержавному рівні, як правило, є: 1) формування пріоритетних напрямів науково-технічного прогресу для забезпечення адекватного внеску науки та техніки у розвиток економіки країни; 2) забезпечення прогресивних зрушень у сфері матеріального виробництва; 3) підвищення конкурентоспроможності національного продукту та національних товаровиробників на світовому ринку; 4) зміцнення безпеки та обороноздатності держави через застосування нових передових технологій; 5) поліпшення екологічного стану країни за рахунок впровадження безвідхідного екологічно чистого виробництва; б) збереження та розвиток наукових шкіл.

За рівнем і формами підтримки у світовій практиці прийнято виділяти державні стратегії активного втручання, децентралізованого регулювання та змішані. В першому випадку держава

бере на себе більшу частину функцій управління і відповідно забезпечує концентрацію необхідних ресурсів, визначає принципи та механізми їхнього розподілу, відповідає за ефективне їхнє використання. У другому випадку вона надає значну свободу дій недержавним структурам, залишаючи за собою тільки незначну частину функцій регулювання, переважно стосовно макроекономічних процесів в інноваційній сфері. [1, с. 39]

Змішана стратегія використовується в країнах, де в економіці значну частину становить державний сектор, і держава зацікавлена у підтримці його високого експортного потенціалу. Щодо державних організацій держава використовує стратегію активного втручання, щодо інших – стратегію децентралізованого регулювання. Така модель притамана Швеції.

Тактичні аспекти інноваційної політики пов'язані з реалізацією інноваційної політики на мікрорівні, а саме: укріпленням інноваційного потенціалу компанії, підвищенням якості продукції та ефективності виробництва.

Також треба зазначити, що засоби впливу держави в галузі інноваційної діяльності можна поділити на прямі та непрямі.[4]

До прямих заходів державного впливу в інноваційну діяльність необхідно зарахувати:

- * адміністративно-відомчі (пряме дотаційне фінансування, що здійснюється згідно із спеціальними законами, які приймаються для безпосереднього сприяння інноваційному розвитку);
- * програмно-цільові (конкретне фінансування інновацій через державні цільові програми підтримки інновацій: державні контракти на придбання тих чи інших товарів та послуг, кредитні пільги щодо здійснення інновацій, заходи щодо кооперації промислових корпорацій в галузі НДЕКР та кооперації університетів з промисловістю).

Сутність непрямих заходів втручання держави в інноваційну сферу полягає у стимулюванні безпосередньо інноваційних процесів та створенні позитивного загальногосподарського та соціально-політичного клімату для новаторської діяльності. Непрямі методи поділяються за такими напрямками: 1) лібералізація податкового та амортизаційного законодавства; 2) законодавчі норми; 3) створення спеціальної інфраструктури.

Сьогодні законодавство України у сфері інноваційної діяльності ґрунтується на Конституції України і складається із Законів України “Про інноваційну діяльність”, “Про інвестиційну діяльність”, “Про наукову і науково-технічну діяльність”, “Про наукову і науково-технічну експертизу”, “Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків”, “Про спеціальну економічну зону “Яворів”” та інших законодавчих актів, що регулюють суспільні відносини у цій сфері. Але з ухваленням Закону України “Про інноваційну діяльність”. Перелік напрямів, які можуть належати до інноваційних, також міститься в Законі “Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності на період до 2005 року”. Згідно з останнім з наведених законодавчих актів підтримку у здійсненні інноваційної діяльності можуть отримати навіть представники малого та середнього бізнесу при реалізації інноваційних проектів у галузі високих технологій, при комерційному впровадженні нових профілактичних і лікарських засобів та розробленні ресурсозберігаючого устаткування.

Також відзначимо, що з набранням чинності Закону України “Про інноваційну діяльність” значно розширилися функції місцевих органів самоврядування щодо організації та фінансування інноваційної діяльності, починаючи від складання регіональних інноваційних програм, через залучення до їхньої реалізації підприємств, установ та організацій, розташованих на відповідній території, і закінчуючи пропозиціями щодо фінансування цих програм з державного бюджету та за кошти державних інноваційно-кредитних установ. В Законі також визначено, що фінансування програм інноваційного розвитку може здійснюватися і за кошти, передбачені на ці цілі у місцевих бюджетах. Проте ще й досі не розроблені механізми, які б надавали можливість застосувати положення, записані у законі. Відтак запорукою успішної реалізації інновацій на регіональному рівні треба вважати створення привабливого інвестиційного клімату для залучення додаткових фінансових ресурсів.

Сьогодні у Хмельницькій області функціонують численні фермерські господарства та інші дрібні сільгоспвиробники, які здійснюють свою діяльність у цілковитій або частковій інформаційній невизначеності. Це стосується відсутності інформації про потреби споживачів сільськогосподарської продукції, про насиченість ринків збуту відповідною продукцією, про постачальників сільгоспсировини, про зміни у законодавчому полі тощо. Крім того, розрізнені фермерські господарства та інші дрібні сільгоспвиробники не мають належних фінансових ресурсів для диверсифікації своєї діяльності або простого розширення виробництва. Це стосується як власних, так і запозичених джерел фінансування (кредитів комерційних банків, державного фінансування,

інвестицій), а також ризиків природного та фінансового походження, що супроводжують зазначений вид діяльності. Варто зазначити, що робота в цій галузі народного господарства є надзвичайно трудомісткою, а стан розвитку фермерства і сільгоспідприємництва не дає змоги надати необхідну кількість робочих місць для працевлаштування сільського населення. За таких умов важко сподіватися на ефективну роботу у цій сфері діяльності.

Ґрунтуючись на маркетингових принципах, ми припускаємо, що сьогодні для стимулювання розвитку бізнесу у напрямку посилення конкурентоспроможності продукції і підприємств Хмельницької області в контексті залучення іноземних інвестицій доцільно створювати кластерні об'єднання як модель соціально-економічного розвитку території, яка здатна на основі підприємницької ініціативи ефективно використовувати внутрішні ресурси за мінімальних капіталовкладень. Метою створення кластерних об'єднань є досягнення стабільного ефективного розвитку кожної окремо взятої підприємницької структури на засадах спеціалізації і спільної роботи з продукування якісної конкурентоспроможної продукції в умовах все гострішої конкуренції.

Кластер (кластерний синдикат) – це галузєво-територіальне добровільне об'єднання підприємницьких структур, що тісно співпрацюють з навчальними та науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності продукції регіону.

За сучасних умов для того, щоб бути успішним, кожному учаснику необхідно оволодіти вмінням консолідувати свої зусилля з іншими, а також бути готовим працювати в мережі структур, де всі партнери доповнюють один одного і кожен створює свою частку доданої вартості. Для формування ефективного кластера необхідно об'єднати:

- бізнес, який бачить переваги для свого розвитку від спільної роботи;
- наукові організації як носії і генератори інновацій;
- фінансові установи, які забезпечують можливості для активного і стабільного розвитку;
- владу, яка прагне створити передумови для поліпшення конкурентоспроможності регіону;
- громадські організації як каталізатор формування ідей і стратегій.

Така форма організації підприємницької діяльності дасть змогу зменшити рівень негативного впливу чинників зовнішнього середовища. “Кластерний синдикат” не передбачає повного об'єднання групи господарюючих суб'єктів в єдину виробничо-комерційну систему, а лише організацію співпраці щодо вирішення проблем, які самостійно вирішувати зазначеним суб'єктам складно чи неможливо за певних обставин.

Кластеризація спрямована на вирішення таких виробничо-комерційних проблем, як: дефіцит сільгоспиривини відповідної якості та асортименту; відсутність налагодженої системи збуту виробленої продукції; відсутність персоналу (зокрема кваліфікованого).

Тому “кластерний синдикат” передбачає створення спільних за напрямами спеціалізації відділів: маркетингу та дослідження ринку; постачання; збуту продукції; підбору та підготовки кваліфікованого персоналу; консолідованого обліку та звітності; інжинірингу; консалтингових послуг.

Це дасть змогу приватним підприємцям та підприємствам міста Хмельницького, не створюючи відділ маркетингу на підприємстві, отримувати допомогу за такими напрямами діяльності:

1. Організація здійснення програм маркетингового навчання, бізнес-семінарів та тренінгів.
2. Маркетингові дослідження.
3. Створення фірмового стилю (імідж, бланки, корпоративна культура тощо).
4. Маркетинговий консалтинг.
5. Організація та проведення рекламних кампаній.
6. Розроблення та допомога в реалізації маркетингових стратегій.
7. Маркетингове планування.
8. Медіапланування.
9. Планування і проведення рекламних та PR-акцій.
10. Планування виставкової діяльності фірми.
11. Інші види діяльності на вимогу клієнта.

Головною перспективою організації діяльності “кластерного синдикату” за участі Центру маркетингових ініціатив є формування маркетингової культури ведення бізнесу у Хмельницькому регіоні. Відтак, “кластерний синдикат” передбачає функціонально-виробничу структуру організації з делегуванням певних функцій топ-менеджерам за певними видами діяльності, а отже, необхідне створення Інформаційно-консультативного центру, який і візьме на себе виконання вищезазначених функцій.

Головними перевагами участі суб'єктів підприємницької діяльності у “кластерному синдикаті” є такі:

1. Формування єдиної стратегії та програми розвитку, що дасть змогу консолідувати фінансові, матеріальні та кадрові ресурси.
 2. Зменшення витрат на виконання ринкових досліджень щодо визначення попиту на продукцію, пошук постачальників, посередників та ринків збуту.
 3. Зменшення логістичних витрат щодо транспортування, зберігання та реалізації продукції.
 4. Об'єднання зусиль щодо фінансування інноваційної діяльності, що має допомогти зменшити фінансові ризики за рахунок диверсифікації видів діяльності.
 5. Зменшення витрат на ведення бухгалтерського, фінансового та податкового обліку і звітності.
 6. Отримання кваліфікованої юридичної, фінансової, інжинірингової та маркетингової допомоги щодо ведення бізнесу.
- Усе це дасть змогу учасникам кластеру об'єднати свої зусилля і у веденні інноваційної діяльності, яка потребує значних капітальних вкладень і відповідно розрізненими бізнес-суб'єктами здійснюватися не може.

Висновки

Все викладене вище дає нам змогу зробити певні висновки щодо теоретичних та практичних аспектів формування та здійснення державної інноваційної політики та використання для її реалізації маркетингових підходів:

- 1) інноваційна політика у широкому розумінні – це діяльність держави, пов'язана із забезпеченням умов створення конкурентоспроможних новацій (товарів, послуг, технологій, організаційних структур тощо) з їхньою подальшою комерціалізацією та використанням;
- 2) державна політика в інноваційній сфері може реалізовуватися в одному з чотирьох видів (політика “технологічного поштовху”, політика ринкової орієнтації, політика соціальної орієнтації, політика структурної перебудови господарського механізму) або бути компіляцією цих видів;
- 3) інноваційна політика може реалізовуватися через інноваційну стратегію і тактику. Інноваційна стратегія проявляється у реалізації довготривалих великомасштабних науково-технічних програм, спрямованих на задоволення стратегічних та соціальних потреб суспільства, за допомогою ефективного механізму матеріально-фінансового забезпечення та відповідної інфраструктури. Інноваційна тактика – це реалізація інноваційної політики держави на мікрорівні, тобто на рівні окремих суб'єктів підприємницької діяльності, що проявляється у посиленні інноваційного потенціалу підприємства, підвищенні якості його продукції та ефективності виробництва загалом, та мезорівні, тобто на рівні окремих галузей, розвиток яких держава визнає пріоритетним;
- 4) інноваційну стратегію, що здійснює держава, можна класифікувати за рівнем і формами підтримки (активного втручання, децентралізованого регулювання та змішані) та за методами впливу на інноваційну діяльність (прямого та непрямого втручання);
- 5) формування в Україні економіки ринкового типу розширює повноваження місцевих органів самоврядування щодо підтримки інноваційної діяльності;
- 6) інноваційна діяльність потребує значних капітальних вкладень, джерелом фінансування можуть бути іноземні інвестиції. Для їхнього залучення необхідно створювати сприятливий інвестиційний клімат не лише в країні, але й на рівні окремих регіонів. Цьому процесу можуть сприяти маркетингові агенції та служби.

Перспективи подальших досліджень

Розрізнені суб'єкти підприємницької діяльності не завжди можуть здійснювати інноваційну діяльність, тому в наступних статтях буде обґрунтовано засади створення на регіональному рівні кластерних об'єднань, які зможуть переймати на себе низку функцій, зокрема інноваційно-інвестиційну та маркетингову.

Отже, тісна співпраця суб'єктів-учасників “кластерного синдикату” у перспективі може розвинути й інші види спільної виробничо-комерційної та інноваційної діяльності, що сприятимуть зниженню рівня собівартості сільгосппродукції, зменшенню та диверсифікації ризиків, зростанню обсягів реалізації продукції, формуючи тим самим передумови для створення виробничих резервів та підвищення підприємницького потенціалу кожного суб'єкта-учасника, а відтак створюючи умови загального економічного зростання на Хмельниччині.

1. Андрощук Г. Государственная инновационная политика // Бизнес-информ. – 1997. – №1. – С. 37–40. 2. Бойко Р.В., Ковальчук С.В. Інноваційна політика держави, механізм її реалізації та

шляхи вдосконалення// Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – 1998. – №3. – С. 42–45. 3. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 4.07.2002 р., № 40-IV. 4. Ковальчук С.В. Актуальні проблеми державного регулювання інноваційної діяльності // Економіка Крима. – 2002. – №5. – С. 82–87. 5. Мурзов К.И. Инновационная политика // Российский экономический журнал. – 1992. – №7. – С. 93–99.

УДК 658.26

Г.Р. Коpecь

Національний університет “Львівська політехніка”,

ПЕРСПЕКТИВИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ У МУНІЦИПАЛЬНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

© Коpecь Г.Р., 2007

Розглянуто перспективи вирішення проблем енергоефективності у муніципальному секторі міст України, окремі напрямки інноваційних процесів у сфері енергоефективності, зокрема, розроблення і удосконалення програмного забезпечення здійснення процесів енергоефективності у муніципальному менеджменті. Розглянуто етапи ефективного енергоменеджменту на муніципальному рівні на прикладі Західного регіону України та перешкоди для здійснення цих процесів.

In this article considered innovation of energy efficiency projects for budget institutions, which gives an ability to engage in external credit resources for it's realization; application of information computing system for municipal energy management. The stages of effective energymanagement are considered at a municipal level on the example of the Western region of Ukraine and obstacle for realization of these processes.

Постановка проблеми

Економіка України та окремих її регіонів значною мірою залежить від імпорту енергоносіїв, тому енергозбереження в умовах постійного зростання вартості енергоресурсів є одним із пріоритетних напрямків розвитку регіонів. Тому впровадження енергоощадних технологій та енергоефективності у галузях господарювання та у комунальному секторі має не менше значення, ніж збільшення та здешевлення видобування вітчизняних енергоносіїв. Подорожчання енергоносіїв навесні 2005 року підтвердило, що енергоефективність є одним з найголовніших шляхів зменшення залежності України від постачання енергоресурсів закордонними державами. Величезний потенціал енергозбереження України зумовлений швидкою окупністю і належною віддачею вкладених в енергозбереження невеликих за обсягом грошових коштів. Ці витрати є значно меншими порівняно із запропонованими витратами на нарощування обсягів виробництва енергоносіїв, зокрема побудови нових блоків АЕС. Спеціалістами підраховано, що потенціал енергозбереження у 2030 році становитиме близько 60 % від необхідного енергоспоживання у суспільному виробництві та житлово-комунальній сфері [1, с. 3]

Україна поступово але, наполегливо рухається у напрямку Європейської інтеграції. Однією із важливих вимог ЄС є диверсифікація використовуваних джерел енергії, розширення використання поновлюваних джерел енергії, забезпечення енергоефективності у всіх сферах економіки. Забезпечення належного рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції (надання послуг), комфортних умов праці та умов надання соціальних послуг населенню вимагає вирішення проблем енергоефективності у різних сферах життєдіяльності суспільства. Вказані проблеми неможливо вирішити без здійснення інноваційних процесів у сфері енергоефективності, яким сприяє вдосконалення муніципального менеджменту, впровадження енергоощадних технологій, матеріалів, товарів і послуг на ринок. Енергоефективність у муніципальному секторі міст України повинна ґрунтуватися на циклічному здійсненні енергоменеджменту за умови постійного обліку та аналізу спожитих енергоресурсів, енергоаудиту, здійсненні інновацій у сфері енергоефективності, впровадження енергоощадних технологій, розробленню конкретних шляхів і напрямків ефективного споживання енергетичних ресурсів.