

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЦІ ЗА УМОВ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

СНАУ, Турчіна С.Г. к.е.н., доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції, КНУ ім. Тараса Шевченка, Турчін В.С. студент 2 курсу магістратури (спеціальність «Міжнародна економіка»)

Анотація. У статті розкрито суть сучасного стану маркетингу інновацій. Проаналізовано стан інноваційної активності вітчизняних підприємств. Пропонуються шляхи запровадження сучасних методів маркетингу інновацій.

Ключові слова: інновація, маркетинг інновацій, маркетингове забезпечення, інноваційна діяльність, конкурентоспроможність.

Аннотация. В статье раскрыта сущность современного состояния маркетинга инноваций. Проанализировано состояние инновационной активности отечественных предприятий. Предлагаются пути внедрения современных методов маркетинга инноваций.

Ключевые слова: инновация, маркетинг инноваций, маркетинговое обеспечение, инновационная деятельность, конкурентоспособность.

Abstract. The article explores the essence of the current state of marketing innovation. The state of innovation activity of domestic enterprises. The ways of introduction of modern methods of marketing innovation.

Key words: innovation, marketing innovative, marketing provision, innovative activity, competitiveness

Постановка проблеми. Європейський вибір України на шляху інтеграції у високотехнологічне конкурентне середовище зумовив необхідність дослідження інноваційної складової, як вирішального фактору сталого економічного розвитку держави. Особливими рисами інноваційних економічних процесів є дифузія інновацій, розповсюдження інформаційних мереж, підвищення ролі та значення маркетингу інновацій на тлі зростаючих темпів глобалізації. Зазначені проблеми набули особливої актуальності, оскільки наближення до їх позитивного рішення є однією з головних умов виходу з рецесії країн, які зазнали суттєвих втрат внаслідок світової фінансово-економічної кризи, а це в першу чергу стосується України.

Критично важливою умовою створення підприємствами довгострокових конкурентних переваг на ринку інноваційної продукції є вмiле застосування теоретичних моделей та бізнес-технологій сучасного маркетингу. При цьому проблема вдосконалення маркетингової діяльності на ринку інновацій актуальна не лише в межах реалізації корпоративних інтересів національного бізнесу, а й в системі міжнародних економічних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні знання про специфіку взаємодії науково-технічного прогресу та економічного зростання сформувалися, здебільшого, завдяки дослідженням таких класиків економічної теорії, як А.Сміт, Д.Рікардо, К.Маркс, Е.Бем-Баверк, Дж. Мілль. Їхні ідеї та вихідні наукові положення були доповнені теоретичними та емпіричними розробками західних фахівців ХХ ст., а саме М.Абрамовица, Л.Вальраса, Е.Денісона, В.Джевонса, Д.Кейнса, А.Маршала, Д.Сахала, Р.Солоу, Р.Фостера. Їхні дослідження сприяли появі нового напрямку в економічній теорії – вивчення закономірностей інноваційного розвитку.

Концептуальні засади інноваційних теорій розроблено Й.Шумпетером і розвинуто А.Бьюнтандамом, П.Гарднером, М.Пінтинітсом, Р.Ротвеллом, Б.Санто, Б.Твіссом, Р.Уотерманом, К.Фріменом, а серед українських та російських вчених — Л.Абалкіним, З.Адамановою, В.Александровою, Л.Антонюк, В.Аньшиним, В.Бабуріним, В.Базилевич, Ю.Бажалом, І.Буднікевич, А.Гальчинським, В.Геєцем, С.Глазьєвим, Н.Гончаровою, П.Микитюком, А.Поручником, А.Поршневим, О.Степановим, Д.Черваньовим.

Фундаментальні підходи до створення теорії маркетингу було розроблено завдяки науковим дослідженням Р.Багоцці, Л.Бакліна, Р.Белка, Н.Бордена, Ф.Вебстера, Й.Вінда, Д.Говарда, Д.Ебела, Дж. Катона, Ф.Котлера, С.Леві, Т.Левітта, Р. Олдерсона, Д.Шета та інших. Їхні праці дали можливість сформувати цілісну концепцію маркетингу як науки, стали підґрунтям

розроблення та подальшого вдосконалення маркетингу в різних сферах діяльності, включаючи інноваційну.

Широкий спектр маркетингових проблем стратегічного управління інноваційним процесом отримав розвиток у працях Д.Воркса, К.Вотсон-Хемфілла, М.Джорджа, П.Друкера, Р.Каплана, Д.Нортон, М.Портера, К.Прахалада, А.Сливоцького, Г.Стефіка та Б.Стефік, Х.Фрімана, Г.Хамела.

Значний внесок у розробку сучасних концепцій та прикладного інструментарію маркетингу, у тому числі в контексті їх інноваційного розвитку в системі міжнародних економічних відносин, зроблено українськими та російськими ученими. Авторами найбільш вагомих досліджень з цієї проблематики є українські науковці Л.Балабанова, А.Войчак, С.Гаркавенко, В.Кардаш, Н.Куденко, Л.Ліпич, А.Наливайко, М.Окландер, В.Оніщенко, О.Пригара, І.Решетнікова, С.Скибінський, А.Старостіна.

Метою статті є обґрунтування досліджень у сфері маркетингу інновацій в Україні та світі, вивчення їх сучасного стану та перспектив розвитку.

Викладення основного матеріалу. Стратегія економічного розвитку вимагає переведення економіки України на інноваційний шлях розвитку, пов'язаний з маркетингом об'єктів інтелектуальної власності.

В умовах науково-технічної революції сформувалася єдина система, в якій науці відведено провідне місце: наука-техніка-виробництво. Саме завдяки результатам наукових досліджень забезпечуються конкурентні переваги не тільки для конкретних виробників, галузевих комплексів, але й для національних економік. У цілому інноваційна діяльність представляє собою складний процес трансформації інноваційних ідей в об'єкт економічних відносин. Практичне використання інноваційної ідеї призводить до створення нових чи поліпшених виробів і технологій.

Закон України «Про інноваційну діяльність» вказує на те, що «...інновації - це знову створені (засновані) і (чи) удосконалені

конкурентоспроможні технології, продукти чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, які істотно покращують структуру і якість виробництва і (чи) соціальної сфери, а інноваційна діяльність - це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, що зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг» [1].

Проведемо аналіз інноваційної діяльності за даними Державної служби статистики. Кількість підприємств, що займаються інноваційною діяльністю в Україні, залишається вкрай низькою. Так, у 2012р. інноваційною діяльністю займалися 1758 підприємств, або 17,4% загальної кількості промислових підприємств України, що лише на 4,7 % вище ніж у попередньому році) [2, с. 161].

Варто відмітити і той факт, що серед загальної кількості інноваційно-активних підприємств інноваційні процеси впроваджували 703 підприємства, що на 3,8 % вище ніж у 2011 році (так, у 2011 р. - 677 підприємств, у 2010 р. - 593 підприємств, у 2005 р. - 402) [2, с. 163]. У 2012 р. інноваційну продукцію реалізовувало 1185 підприємств. Крім того, продукцію, яка була новою для ринку, реалізовувало тільки 303 підприємства, решта - реалізовували псевдоінновації, тобто продукцію, яка була новою лише для окремого підприємства [2, с. 162]. Відтак, ми погоджуємось із думкою автора [3], стосовно того, що існуюча тенденція ще раз доводить, що результати науково-технічної діяльності не користуються попитом. Тобто повноцінний інноваційний процес в Україні ще не налагоджений.

Дослідження рівня фінансового забезпечення є свідченням того, що найбільші обсяги фінансування інноваційної діяльності в Україні припадали на власні кошти підприємств. Так, у 2012р. вони склали 63,9% загального обсягу витрат (52,9% - у 2011 р., 59,35 % - у 2010 р., 65 % - у 2009 р., 60,6 % - у 2008р., 73,7 % - у 2007 р.) [2, с. 161].

Крім цього, слід відмітити те, що фінансову підтримку держави отримали 27 підприємств із держбюджету і 28 з місцевих бюджетів, загальна частка цих коштів становила 2,2% (1,1%).

Виходячи з сучасних тенденцій пов'язаних з глобалізацією усі процеси набувають всеохоплюючого характеру. В контексті цього одним з найважливіших напрямів інноваційної діяльності є дослідження інноваційних рейтингів, які впливають на світовий економічний розвиток.

Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло є проектом Європейської Комісії PRO INNO EUROPE, який здійснює оцінку результатів реалізації національних та регіональних інноваційних політик країн Європейського Союзу, США, Японії. Індекс включає три групи індикаторів:

1. Ресурсні можливості (людські ресурси, фінансові та інфраструктурні можливості).
2. Інноваційна активність господарюючих суб'єктів (інвестиції, підприємництво, інноваційна результативність).
3. Економічний ефект (зайнятість на наукомістких підприємствах)

Так, інноваційність країн ЄС, незважаючи на наявність економічної кризи, зростає щороку. Однак, розрив між державами лідерами та тими хто позаду, продовжує зростати. Це впливає з опублікованих Європейською комісією інноваційного табло 2013 року, в якому показано позиції окремих держав-членів ЄС.

В інноваційному табло 2013 року, держави члени ЄС розділити на чотири групи:

- лідери (інноватори): Швеції, Німеччини, Данії та Фінляндії – країни, які досягли результатів значно вище середнього показника по ЄС;
- країни, які наздоганяють лідерів: Нідерланди, Люксембург, Бельгія, Великобританія, Австрія, Ірландія, Франція, Словенія, Кіпр та Естонія – країни, показники інноваційного розвитку яких вище середнього по ЄС;

- помірні новатори: Італія, Іспанія, Португалія, Чехія, Греція, Словаччина, Угорщина, Мальта, Литва - результати нижче середнього показника по ЄС;

- новаторів зі скромними результатами: Польща, Латвія, Румунія та Болгарія мають значно нижчі результати за в середні по ЄС.

Україна не проводить замірів рівня інноваційного розвитку за принципами Європейського інноваційного табло, але навіть за даними української статистики рівень інноваційності української економіки в останні роки знижується, а підтримка інновацій зі сторони держави є дуже низькою.

Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index) - це глобальне дослідження і рейтинг країн світу за показником рівня розвитку інновацій, що розраховується по методиці Міжнародної бізнес-школи INSEAD, Франція. Дослідження проводиться з 2007 року і на даний момент представляє один з найбільш повних комплексів показників інноваційного розвитку різних країн світу. Глобальний індекс інновацій складається з 80 змінних, які детально характеризують інноваційний розвиток країн світу. Автори дослідження вважають, що успішність економіки пов'язана, як з наявністю інноваційного потенціалу, так і умов для його втілення. Тому Індекс розраховується як зважена сума оцінок двох груп показників:

1) ресурси та умови для проведення інновацій (Innovation Input) :

- інститути;
- людський капітал і дослідження;
- інфраструктура;
- розвиток внутрішнього ринку;
- розвиток бізнесу.

2) Досягнуті практичні результати здійснення інновацій (Innovation Output):

- розвиток технологій і економіки знань;
- результати творчої (креативної) діяльності [4].

Підсумковий Індекс розраховується як середнє значення витратних та результативних показників. Крім того, пропонується визначати ефективність зусиль по розвитку інновацій як співвідношення витрат і ефекту.

Українська держава втратила позиції в інноваційному рейтингу Global Innovation Index 2013, посівши аж 71-ше місце. 2012 року інноваційний потенціал України був оцінений на вісім позицій вище — країна перебувала на 63-му місці. Зокрема, Україна, отримавши індекс 35,78 за шкалою від 0 до 100, опинилась між Тунісом і Монголією. Причому, в групі з 36 країн з середньо-низьким рівнем доходу Україна є одним із лідерів за інноваційністю.

Склад перших 25 місць індексу залишається на колишньому рівні. Так, інноваційний рейтинг 2013-го, як і торік, очолила Швейцарія (66,59), друге місце знову отримала Швеція. А от на третє з п'ятого місця піднялася Велика Британія. Із шостої на четверту позицію вишли Нідерланди, а США перескочили одразу п'ять рядків — із десятого на п'яте місце.

Крім того, розвитку інновацій досягло ще 18 країн. Наприклад, Молдова (45-та), Вірменія (59-та), Грузія (73-тя), Китай (35-й), Індія (66-та), Таджикистан (101-й) і Латвія (33-тя). Global Innovation Index від Корнельського університету, бізнес-школи INSEAD і Всесвітньої організації інтелектуальної власності WIPO шостий рік поспіль оцінює рівень розвитку інновацій у 142 країнах. Індекс враховує умови для відкриття та розвитку нового бізнесу, податкову політику в країні, якість університетської освіти, доступність макрофінансування та венчурного капіталу.

Детальне дослідження показників Глобального індексу інновацій вказує на існування проблем у сфері інститутів (117 місце), оскільки Україна відстає за критеріями зручності сплати податків (139 місце), простоти організації бізнесу (95 місце) та ліквідації (134 місце), ефективності державного регулювання (118 місце), якості регулювання (110 місце) та верховенства закону (111 місце). За критерієм інфраструктура Україна займає 93 місце, що пояснюється, у тому числі, значною енергоємністю економіки (107 місце).

Серед показників розвитку внутрішнього ринку (68 місце) значне відставання спостерігається за показником інтенсивності конкуренції на локальному рівні (116 місце) та захисту інвесторів (91 місце).

Крім того, на думку представників міжнародної бізнес-школи INSEAD, для подальшого розвитку бізнесу (51 місце) в Україні необхідно приділяти більше уваги формуванню кластерів (115 місце). Таким чином, за групою показників «Ресурси та умови для проведення інновацій» Україна займає 78 місце (38 балів). «Досягнуті практичні результати здійснення інновацій» в Україні оцінюються у 34,2 бали (47 місце). При цьому особливо Україна відстає за групою показників «Результати творчої діяльності» (83 місце) (таблиця 1).

Таблиця 1

Показники Глобального індексу інновацій України у 2012 р. [4]

Показник	Значення	Місце
Глобальний індекс інновацій	36,1	63
Індекс ефективності інновацій	0,90	14
Ресурси та умови для проведення інновацій	38,0	78
Інститути	40,0	117
Людський капітал і дослідження	42,2	48
Інфраструктура	27,1	98
Розвиток внутрішнього ринку	38,7	68
Розвиток бізнесу	42,3	51
Досягнуті практичні результати здійснення інновацій	34,2	47
Розвиток технологій і економіки знань	39,2	30
Результати творчої (креативної) діяльності	29,2	83

Імперативи сучасного світового розвитку потребують перегляду уявлень про ролі освіти і науки в суспільстві. Світова практика все очевидніше доводить, що нації конкурують не тільки товарами та послугами, але й системами суспільних цінностей, серед яких освіта і наука посідають особливе – пріоритетне – становище.

Ще чверть століття тому вітчизняна економіка мала потужний потенціал для реалізації конкурентних переваг у сфері освіти, науки, інформації. Так, на момент набуття Україною незалежності, індекс людського розвитку був вищий, а ніж європейський та центральназійський (0.714 проти 0.701), а на даний час він нижчий на 0.31 (0.740 проти 0.771).

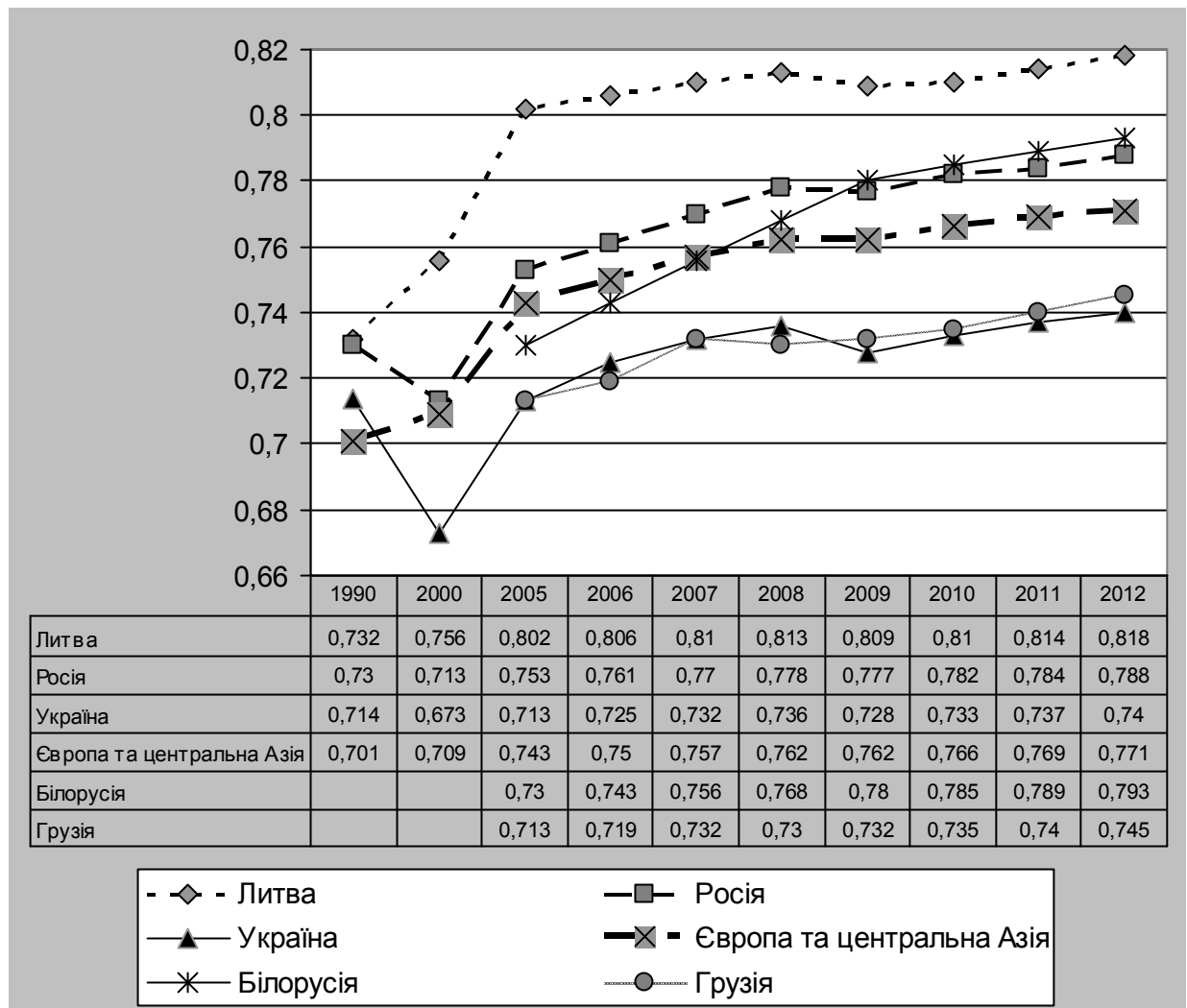


Рис.1 Динаміка показників індексу розвитку людського потенціалу в 1990-2012 роках

Як показала практика, зокрема транзитивного періоду розвитку економіки України, інтелектуальні продукти, які виступають в якості товару, вимагають особливих підходів для роботи з ними. Головним з таких підходів є пошук сфер застосування нового продукту та відстежування нагальних потреб ринку. Відтак, маркетинг потрібен для перетворення наукової продукції в конкурентоспроможну товарну форму - інновацію. По суті, йдеться про

маркетингове забезпечення системи комерціалізації наукових розробок чи системи трансферу технологій [5].

На сучасному етапі актуальними та ефективними інструментами, на думку багатьох експертів, маркетингу інновацій є торгівля, передача інновацій і технологій. Основними каналами трансферу інновацій і технологій є: міжнародна торгівля інноваційною продукцією, ліцензійна торгівля, міжнародна міграція капіталу і робочої сили, різні інші форми міжнародної науково-технічної співпраці. Міжнародна співпраця в науково-технічній сфері відіграє активну роль у формуванні сучасної відкритої економічної системи. Така співпраця сприяє:

- підвищенню ефективності національного виробництва, процесів відтворення;
- забезпеченню більшої наукоємкості національного виробництва, завдяки як технологічній спеціалізації, так і залученню іноземних технологій у вигляді товарів, ноу-хау тощо;
- підвищенню добробуту, вирішенню ряду соціальних проблем засобамітехнічного прогресу;
- поліпшенню екологічної ситуації завдяки впровадженню матеріаломістких і ресурсозберігаючих технологій, використанню альтернативних матеріалів і речовин.

Сучасний характер міжнародної співпраці відзначається значним розповсюдженням обміну високотехнологічними товарами. Технологічний розвиток впливає на розвиток економічних стосунків суб'єктів міжнародних економічних відносин, оскільки процеси інтернаціоналізації розповсюджуються на сферу науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок. Високі темпи розвитку НТП призвели до того, що до системи міжнародного обміну все більше залучається особливий товар – науково-технічні досягнення. Оскільки останні є особливим товаром, то світовий ринок інноваційної продукції слід розглядати як сукупність міжнародних економічних відносин, що виникають між суб'єктами з приводу

купівлі-продажу технологій продуктів, процесів і управління. Інституційними елементами світового ринку інновацій є: об'єкти – носії технологій (товари, процеси); суб'єкти – суб'єкти міжнародних економічних відносин, що здійснюють операції з об'єктами; форми трансферу технологій (комерційні, некомерційні); канали трансферу і розповсюдження технологій [6].

Висновки і пропозиції. Безумовно, в Україні існує національна інноваційна система, але переважно, в окремих галузях, через що вона не може системно функціонувати в межах національної економіки, але й не відповідає глобальній інноваційній системі, не може ефективно співпрацювати з нею і успішно конкурувати продуктами та послугами на світових ринках.

Щоб бути повноправними учасниками, а не свідками нової, так званої інтелектуальної технологічної революції нам потрібна не політика підживлення окремих господарських ділянок, а політика кардинального оновлення інноваційного середовища держави, яка здатна на базі фундаментальних наукових знань масово виробляти принципово нові продукти на мало затратних технологіях, з вищим рівнем виробництва.

При цьому зазначимо, що одним з каталізаторів активного інноваційного процесу повинна стати держава. Її інвестиційно-інноваційна політика має бути збалансованою та спрямованою на гармонійне доповнення внутрішніх інвестицій зовнішніми, забезпечення належних умов реалізації інновацій в економіці. Важливо забезпечити всі умови, щоб наука стала об'єктом і суб'єктом ринкових відносин. Держава повинна сформувати високий попит на результати наукових досліджень і виробити такі умови щоб в Україні з'явилися й інші потужні учасники інноваційного процесу. Лише в цьому разі можна говорити про перспективи маркетингу інновацій в національній економіці. Адже світовий досвід доводить, що найефективнішим генератором процесу створення маркетингу інновацій є приватний сектор.

Література

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Гармашова О.П., Інноваційна спроможність економіки України / О.П. Гармашова // Вісник СевНТУ: зб. наук. пр. Вип. 138/2013. Серія: Економіка і фінанси. — Севастополь, 2013
4. The Global Innovation Index: Stronger Innovation Linkages for Global Growth [Електронний ресурс] // World Intellectual Property Organization; INSEAD : [сайт]. — Електрон. дані. — Fontainebleau, 2012. — 464 p. — Режим доступу: http://www.wipo.int/freepublications/en/economics/gii_2012.pdf (22.07.12). — Назва з екрана.
5. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. // К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
6. Чентуков Ю.І. Особливості розвитку міжнародного науково-технічного обміну в сучасних умовах / Ю.І. Чентуков // вісник приазовського державного технічного університету, 2011. - Серія: Економічні науки № 2 (22)