

УДК 339.138

Кушнір Т.М.

кандидат економічних наук, доцент,

Львівський національний університет імені Івана Франка

МІСЦЕ ІНСТИТУТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

LOCATION INNOVATION INFRASTRUCTURE INSTITUTIONS IN THE SYSTEM OF MARKETING ACTIVITIES

АНОТАЦІЯ

У статті проведено методологічний аналіз та класифікацію основних інститутів інноваційної інфраструктури та їх роль у системі маркетингової діяльності підприємств. Інноваційний шлях розвитку сьогодні є актуальним для всіх без виключення економік світу, не є винятком і економіка України. Тому ми аналізуємо діяльність основних елементів інноваційної інфраструктури та інноваційну складову діяльності підприємств, спрямовану на освоєння виробництва інноваційних видів продукції.

Ключові слова: маркетингова інфраструктура, інститути маркетингової інфраструктури, інноваційна інфраструктура, технологічний парк, бізнес-інкубатор, інноваційна діяльність.

АННОТАЦИЯ

В статье проведены методологический анализ и классификация основных институтов инновационной инфраструктуры и их роль в системе маркетинговой деятельности предприятий. Инновационный путь развития сегодня актуален для всех без исключения мировых экономик, не является исключением и экономика Украины. Поэтому мы анализируем деятельность основных элементов инновационной инфраструктуры и инновационную составляющую деятельности предприятий, нацеленную на освоение производства инновационных видов продукции.

Ключевые слова: маркетинговая инфраструктура, институты маркетинговой инфраструктуры, инновационная инфраструктура, технологический парк, бизнес-инкубатор, инновационная деятельность.

ANNOTATION

In the article the methodological analysis and classification of major innovation infrastructure institutions and their role in the system of marketing activity. An innovative way of development is now important for all economies, without exception, is no exception and the economy of Ukraine. We therefore analyze the activities of the main elements of innovation infrastructure and innovation component of enterprises aimed at production development of innovative products.

Keywords: marketing infrastructure, institutes of marketing infrastructure, innovation infrastructure, technology park, business incubator, innovation activity.

Постановка проблеми. Визначивши за основу аналізу категорії «маркетингова інфраструктура» функціональний підхід, у попередніх своїх дослідженнях ми з'ясували доцільність виокремлення аналітичної функції, інноваційно-виробничої функції, функції збуту та розподілу, функції просування. Реалізація інноваційно-виробничої функції у значній мірі покладається на інститути інноваційної інфраструктури, діяльність яких вважаємо за доцільне розглянути більш детально.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження інноваційної інфраструктури в умовах становлення постіндустріального суспільства є вкрай актуальним та широко ана-

лізується в наукових колах, зокрема, у працях А.М. Штангерта, Я.Я. Пушака, О.Є. Кузьміна, В.В. Томаха, В. Нежиборця, Т.В. Стройко, В.Ю. Бабаєва, В.Б. Буторіної, І.О. Уханової та ін.

Водночас місце інноваційної інфраструктури в маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств залишається невизначеним та малодослідженим.

Мета статті полягає у розробці методологічної основи аналізу, виходячи з маркетингових аспектів діяльності вітчизняних підприємств. Водночас за доцільне вважаємо провести аналіз інноваційної складової діяльності підприємств в економіці України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Часто зустрічаючи в науковій літературі термін «маркетингові посередники», ми вважаємо за необхідне відійти від використання категорії «маркетингові посередники» і замінити її на більш адекватну до сучасних реалій – «інститути маркетингової інфраструктури» з причини змістового наповнення слова «посередник» (посередник – «той, хто допомагає кому-небудь спілкуватися з кимось» або «те, що виступає проміжною ланкою у взаємодії між чим-небудь або в процесі перетворення чогось» [9, с. 316]). Ми ж говоримо, що інститут маркетингової інфраструктури не обов'язково має бути проміжною ланкою між виробником і споживачем, а, що значно важливіше, має супроводжувати процес взаємодії покупця та продавця та сприяти в цьому процесі.

Аналізуючи вітчизняну практику, ми в даний момент зупинились на використанні наступного тлумачення поняття «маркетингова інфраструктура», визначивши її як сукупність внутрішніх (організаційних, технічних, економічних, управлінських) і зовнішніх (соціальних, політичних, інноваційних) чинників, умов та інститутів, що забезпечують, і стимулюють можливість розробки і реалізації ефективного комплексу маркетингу [4, с. 226; 5; 6, с. 226].

Проте на сьогодні і таке трактування ми вважаємо надто загальним. Тому для того, аби бути послідовними та неухильно дотримуватись функціонального підходу у дослідженні маркетингової діяльності, а також деталізувати розуміння аналізованої категорії і наповнити її конкретним змістом, ми вважаємо за доцільне використати термін «*інститути маркетингової інфраструктури*», під якими варто розу-

міти сукупність самостійних підприємницьких структур, які перебирають на себе виконання різних маркетингових функцій у підприємств, які цього потребують.

Цілком логічним у такій ситуації є з'ясування основних маркетингових функцій, на підставі яких можна буде класифікувати інститути маркетингової інфраструктури.

Аналізуючи виробничо-інноваційну складову маркетингової діяльності, вважаємо за доцільне аналізувати її інноваційну та фінансову компоненту. Ми визначаємо, що інститути інноваційно-виробничої інфраструктури перебирають на себе основні функції, пов'язані науково-технічним супроводом виробничої діяльності, та функції фінансування діяльності підприємства.

З огляду на виконувані функції, абсолютно адекватним виглядає можливість виокремлення в даній частині маркетингової інфраструктури інноваційної та фінансової підсистем. Тим більше що вітчизняна наукова література розглядає ці підсистеми роздільно.

Зокрема, інноваційна підсистема виконує функції науково-технічного супроводу маркетингової та виробничої діяльності. Для позначення цього елемента маркетингової інфраструктури у сучасній науці використовується термін «інноваційна інфраструктура».

А.М. Штангерт та Я.Я. Пушак стверджують, що однією з визначальних характеристик економіки знань є динамічна інноваційна інфраструктура (ресурси, починаючи з радіо і закінчуючи Інтернетом, що забезпечать комунікації, обробку і розповсюдження інформації) [13, с. 16].

Інноваційна інфраструктура зумовлює темпи (швидкість) розвитку економіки країни. Досвід розвинених країн світу підтверджує, що в умовах глобальної конкуренції на світовому ринку неминуче виграє той, хто має розвинену інфраструктуру створення і реалізації інновацій, хто володіє найбільш ефективним механізмом інноваційної діяльності.

Слід зазначити, що сфера національної науки в процесі становлення ринкових відносин в Україні не ввійшла в систему державних пріоритетів. Почався процес руйнації науково-технічного та інтелектуального потенціалу суспільства, посилилась міграція з України висококваліфікованих кадрів. За межі України виїхало більше шести тисяч науковців.

Інноваційна інфраструктура є базовою складовою інноваційної економіки, інноваційного потенціалу суспільства, основним інструментом і механізмом інноваційної економіки, що здатний піднести економіку країни на високий рівень розвитку [11, с. 11].

Проаналізувавши значну кількість наукових та нормативних джерел, ми схилиємось до використання визначення, запропонованого В. Нежиборцем: «Інноваційна інфраструктура – організації (установи), які сприяють здійсненню інноваційної діяльності, себто комплекс організацій (установ), що мають підлеглий і допо-

міжний характер, які обслуговують інновацію і забезпечують умови нормального протікання інноваційного процесу» [8].

Метою створення інфраструктури є забезпечення як комплексної інноваційної діяльності, так і збереження та розвитку науково-технічного потенціалу країни в інтересах суспільства, включаючи подолання спаду виробництва, його структурну перебудову, зміни номенклатури виробів, створення нової продукції, нових виробничих процесів.

Також у науковій літературі немає однозначності щодо віднесення тих чи інших елементів до інноваційної інфраструктури. Проаналізувавши різні підходи та тлумачення, ми бачимо, що найбільш повною є класифікація запропонована О.Є. Кузьмінім та Т.М. Шотіком, які виділяють наступні інститути інноваційної складової інфраструктури.

– інститути інформаційної системи (аналітично-статистичні центри, інформаційні бази, мережі);

– організації з підготовки та перепідготовки кадрів, зокрема у сфері НДДКР;

– фінансові інститути (бюджетні, позабюджетні, венчурні, банки, фінансово-промислові групи, орієнтовані на технологічну інноваційну діяльність та ін.);

– систему експертизи, сертифікації, стандартизації та акредитації;

– систему патентування, ліцензування і консалтингу з питань захисту, оцінки вартості і використання інтелектуальної власності, оцінки комерціалізації наукових результатів [3, с. 183].

У маркетинговій роботі користування послугами, які надаються інститутами інноваційної інфраструктури, найочевидніше проявляється на ринку товарів промислового призначення через те, що зазвичай промислові підприємства відчувають більшу потребу у сприянні таким послугам.

Сьогодні інноваційна інфраструктура в Україні перебуває на початковому етапі розвитку. У ній представлено лише окремі типи інноваційних структур, зокрема, технопарки, наукові центри, бізнес-інкубатори, науково-технічні підприємства, фонди. Діяльність лише незначної частини такого роду інститутів відповідає світовій практиці їх функціонування. В Україні спостерігаємо не лише недорозвиненість інститутів інноваційної інфраструктури, а й їх структурну неповноту та функціональну невизначеність їх діяльності в нормативних документах.

Наявність дієвої якісної інноваційної інфраструктури покликана підвищити рівень інноваційної активності підприємств. Варто зазначити, що в Україні відсоток підприємств, що займаються інноваціями та впроваджують їх життя, не демонструє тенденції до зростання і становить 16,1%, водночас витрати на інновації останні кілька років знижуються. Варто зауважити той факт, що зростають витрати на зовнішні науково-дослідні роботи, що ілюструє

запит на послуги, які можуть надавати інститути інноваційної інфраструктури.

Практика провідних економічно розвинених країн також доводить, що необхідною умовою для інноваційного оновлення економіки є створення інфраструктури повного інноваційного циклу у сфері високих технологій. У зв'язку з чим інноваційна інфраструктура повинна вирішувати наступні завдання:

- підтримка вітчизняних новаторів, винахідників, учених;
- прискорення соціально-економічного розвитку господарчої структури як країни в цілому, так і окремих регіонів та підприємств;
- активне застосування у виробництві зарубіжних та вітчизняних науково-технологічних розробок (винаходів);
- створення та підтримка малого інноваційного підприємництва;
- розвиток експортної бази і збільшення валютних надходжень у результаті інтенсивнішої інтеграції економіки країни в систему міжнародної торгівлі;
- наповнення внутрішнього ринку конкурентоспроможними товарами та послугами виробничого і споживчого призначення;
- забезпечення трансферу інновацій (технологій) та комерціалізації наукових розробок;
- розвиток нових форм господарювання з пристосуванням до сучасних умов світового ринку;
- надання всіх видів необхідних послуг інноваційному бізнесу [11].

У сучасній Україні представлені лише декілька основних видів суб'єктів інноваційної інфраструктури (табл. 1). По суті, діючи в країні суб'єкти інноваційної інфраструктури виконують функції інформаційного та громадського консультування.

Таблиця 1
Основні суб'єкти інноваційної інфраструктури в Україні станом на 01.01.2014 р. [10, с. 100]

Вид	Кількість
Бізнес-центри	480
Бізнес-інкубатори	79
Технопарки	50
Інформаційно-консультативні установи	4238

У вітчизняній практиці домінуючою формою організації інноваційних процесів стали такі технологічні парки: «Напівпровідникові технології і матеріали, електроніка та сенсорна техніка», «Інститут зварювання ім. Є.О. Патона», «Інститут монокристалів», «Вуглемаш», «Київська політехніка», «Інститут технічної теплофізики», «Укрінфотех», «Інтелектуальні інформаційні технології» [1, с. 166].

В.Б. Буторіна відзначає ефективність діяльності такої форми інноваційного підприємництва, стверджуючи, що технопарки України за 2000–2012 рр. випустили на 1 грн. державної підтримки 24,87 грн. інноваційної продукції.

При цьому також зазначає, що значна частка реінвестицій спрямовується технопарками на розвиток державних підприємств та організацій НАН України [2, с. 109]. Водночас І.О. Уханова стверджує, що динаміка розвитку технопаркових структур демонструє негативну тенденцію після відміни спеціального режиму у 2006 р. Так, тенденцію до зниження демонструє вже наступний, після скасування спеціального режиму діяльності, рік: у 2007 р. на спеціальні рахунки було перераховано близько 30,0 млн. грн., у 2008 р. – 1,5 млн. грн., у 2009 – 1,07 млн. грн. Функціонування технопарків в Україні сприяло прояву корисного ефекту у вигляді створення 3 564 додаткових робочих місць, однак після відміни дії спеціального режиму даний показник демонструє тенденцію до зменшення: якщо у 2004 р. було створено 828 нових робочих місць, то у 2010–2013 рр. загалом було створено 10 нових робочих місць [13, с. 7].

Україн важливою є діяльність бізнес-інкубаторів, які дають можливість розвитку бізнес-ідей серед молодих людей. Так, до прикладу, у м. Київ у 2013 р. відкрито Київський інноваційний інкубатор «iHub», розташований на території Торговельно-промислової палати та розрахований на 65 місць (20 стартап-команд). Цільовою аудиторією бізнес-інкубатора є старшокласники, студенти і приватні підприємці, які створюють проекти у сфері інформаційних технологій. На сьогодні свої проекти розвивають 18 стартап-команд, автори ще 20 проектів стали віртуальними резидентами інкубатору. «iHub» організовує зустрічі для стартапів з менторами-експертами та інвесторами (більше 16 000 інвесторів, 5 000 менторів та партнерів із 40 країн світу) з міжнародної мережі «Сід Форум» (Міжнародний благодійний фонд) [12].

Також на Сумщині протягом 2013 р. зареєстровано три нових бізнес-інкубатори: Сумський обласний бізнес-інкубатор, діяльність якого спрямована на підтримку створення та розвиток власного бізнесу; «Бізнес-інкубатор «Самар» (м. Суми), метою якого є розвиток молодіжного бізнесу, надання допомоги з економічних, юридичних питань, проведення проектно-експертних оцінок бізнес-ідей, співпраця з інвесторами; бізнес-інкубатор у сфері ЖКГ «Управитель», діяльність якого направлена на підготовку підприємців та студентів області щодо здійснення бізнесу у сфері керування багатоквартирними будинками [12].

У галузі інноваційної діяльності спостерігається головна тенденція самостійного здійснення інновацій промисловими підприємствами, лівова частка з яких припадає на підприємства переробної промисловості.

Так, упродовж 2012–2014 рр. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 2 259 підприємств (22,6%). Машини й обладнання придбали 1 758 підприємств, 556 підприємств займалися навчанням та підготовкою персоналу для розробки та впровадження нових або сут-

тево вдосконалених продуктів та процесів; 303 підприємства витратили кошти на внутрішні НДР, 174 – на НДР, виконані іншими підприємствами (зовнішні); 164 підприємства придбали інші зовнішні знання; 142 – займались діяльністю щодо ринкового запровадження інновацій; 275 підприємств займались іншими видами діяльності для запровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів та процесів.

Упровадженням інновацій у цей період займалось 1 595 підприємств (15,9% серед обстежених промислових підприємств), у т. ч. інноваційну продукцію запровадили 1 054 підприємства, з яких 257 – нову для ринку і 923 – нову лише для підприємства; інноваційні процеси – 1 127 підприємств, з яких 926 – нові або вдосконалені методи обробки чи виробництва продукції, 233 – нові або вдосконалені методи логістики, доставки чи розповсюдження продукції та 349 – нову або вдосконалену діяльність із підтримки процесів, зокрема системи матеріального обслуговування, операцій щодо закупівель, обліку та розрахунків; з метою задоволення потреб споживачів, а також збільшення обсягів продажу 289 підприємств упровадили маркетингові інновації; 232 підприємства підвищували ефективність своєї діяльності шляхом упровадження організаційних інновацій [7, с. 162]. Відзначимо той факт, що впродовж 2007–2014 рр. спостерігається стійка тенденція до зростання кількості найменувань упроваджених видів нової продукції (рис. 1). Ця тенденція залишається незмінною, незважаючи на військові дії на Сході України і анексію Криму. Хоча і спостерігається істотний обвал даного показника у Донецькій та Луганській областях і виключені дані по Криму, проте відчутно зростають показники, особливо у прифронтових регіонах – Запорізькій та Харківській областях, а також у м. Київ, Чернігівській, Київській, Сумській та Львівській областях. Зростання зазначених показників припадає на інновації у галузі виробництва та ремонту військової техніки.

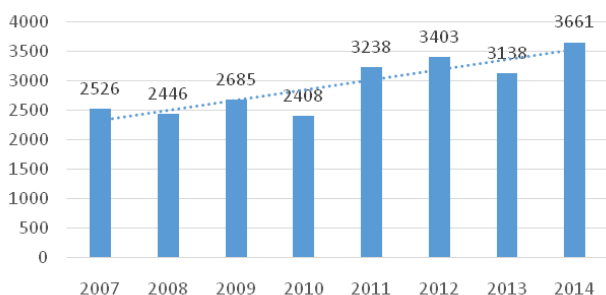


Рис. 1. Кількість найменувань впроваджених інноваційних видів продукції [7, с. 186]

Висновки. Цілеспрямована державна і регіональна політика у створенні сприятливих умов для розвитку інноваційних процесів – основа корінного перелому в підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних господарюючих суб'єктів. Створена за активної державної під-

тримки інноваційна інфраструктура – інноваційно-технологічні центри, технопарки, бізнес-інкубатори, інформаційні системи, фонди підтримки інновацій, венчурні фонди, розвинена система підготовки і підвищення кваліфікації фахівців у сфері інноваційного менеджменту – дозволяє розширити масштаби інноваційних процесів, залучаючи до них нових учасників. При цьому головним завданням місцевих органів влади є створення соціально-економічних умов для активізації інноваційної діяльності, комерціалізації результатів науково-технічної діяльності, формування нових інноваційних структур, проведення реструктуризації наявного в регіоні інноваційного потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабаєв В.Ю. Формування інноваційної інфраструктури в Україні / В.Ю. Бабаєв, А.О. Поронько // Теорія та практика державного управління. – 2011. – Вип. 3(34). – С. 165–171.
2. Буторіна В.Б. Розвиток виробничо-технологічної підсистеми інноваційної інфраструктури НІС України / В.Б. Буторіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 6. – С. 107–111.
3. Кузьмін О.Є. Сутність та види інноваційної інфраструктури / О.Є. Кузьмін, Т.М. Шотік // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – 2008. – № 628. – С. 180–185.
4. Кушнір Т. Маркетингова інфраструктура: определение и классификация / Т.М. Кушнір // Современные проблемы экономики: 3-я международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых: труды конференции. – Ереван, 2015. – С. 224–229.
5. Кушнір Т.М. Інститути маркетингової інфраструктури: рекламні посередники / Т.М. Кушнір // Ефективна економіка. – 2014. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3401>.
6. Кушнір Т.М. Методологічні засади аналізу основних елементів маркетингової інфраструктури / Т.М. Кушнір // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 226–230.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К., 2015. – 225 с.
8. Нежиборець В. Інноваційна інфраструктура: проблеми, перспективи, рішення / В. Нежиборець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ndiiv.org.ua/ua/library/view-innovatsiy-na-infrastruktura-problemy-perspektyv-y-rishennja.html>.
9. Словник української мови. Том 7. – К.: Наукова думка, 1976. – 723 с.
10. Стройко Т.В. Функціонування інноваційної інфраструктури: європейський досвід та уроки для України / Т.В. Стройко, І.І. Рехтета // Науковий вісник Миколаївського державного університету ім. В.О. Сухомлинського. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 2. – С. 97–101.
11. Томах В.В. Інноваційна інфраструктура як чинник забезпечення інноваційної діяльності підприємств / В.В. Томах // Управління розвитком. – 2011. – № 22(119). – С. 11–13.
12. Узагальнений звіт про стан виконання регіональних та місцевих програм розвитку малого і середнього підприємства в Україні у 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/info/3023.htm>.

13. Уханова І.О. Розвиток технопаркових структур у системі забезпечення державної інноваційної політики в Україні: автореф. дис. ... к.е.н. / І.О. Уханова. – Одеса, 2014. – 26 с.
14. Штангрет А.М. Стан та ключові проблеми освіти на шляху України до економіки знань / А.М. Штангрет, Я.Я. Пушак // Наукові записки. – 2011. – № 1(34). – С. 15–22.