

УДК 658.5:330. 341.1

**Аршевська М. В.  
Шлебат Ал-Хакіма**

ПВНЗ «Європейський університет»

## СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано стан та тенденції управління інноваційною діяльністю промислових підприємств. Аргументовано, що активізація інноваційної діяльності є визначальним напрямком, який забезпечує впровадження результатів досліджень та нових ідей у виробництво, підвищує його конкурентоспроможність і стійкість підприємства на ринку товарів та послуг. Доведено необхідність управління підприємствами на основі маркетингу інновацій.

**Ключові слова:** управління, промислове підприємство, інноваційна діяльність підприємств, маркетингове комунікаційне забезпечення.

**Постановка проблеми.** Суспільні перетворення, які відбуваються в Україні, передбачають активний пошук шляхів і засобів кардинального інноваційного оновлення економіки, інноватизації економічних процесів. Умови конкуренції між товаровиробниками на внутрішніх та зовнішніх ринках на сьогодні вимагають нових підходів у формуванні ефективних механізмів комунікаційного забезпечення інноваційної діяльності на засадах маркетингу та розвитку маркетингових комунікацій.

Активізація інноваційної діяльності є визначальним напрямком, який забезпечує впровадження результатів досліджень та нових ідей у виробництво, підвищує його конкурентоспроможність і стійкість підприємства на ринку товарів та послуг.

**Аналіз останніх досліджень.** Проблеми інноваційної діяльності промислових підприємств є предметом дослідження відомих українських та зарубіжних вчених: Г. Ассель, Г. Багієв, М. Бейкер, В. Геєць, Є. Голубков, Г. Гольдштейн, М. Єрмошенко, О. Зозульов, С. Ілляшенко, Н. Куденко, О. Кузьмін, В. Мединський, М. Портер, С. Солнцев, Д. Стеченко, Л. Федулова, А. Чухно, Н. Чухрай, Л. Шульгіна, Й. Шумпетер та багато інших.

**Постановка завдання** полягає у доцільності та необхідності розвитку нових наукових і практичних підходів до визначення системного взаємозв'язку інноваційного та комунікаційного процесу в рамках управління підприємством.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За період з 2010 р. по 2013 р включно спостерігаються незначні позитивні тенденції збільшення обсягів виробництва продукції вітчизняної промисловості. Так, відповідно до даних Державної служби статистики України у 2013 р. порівняно з відповідним періодом 2010 р. виробництво промислової продукції зросло на 27%. Тенденція до зростання випуску розповсюдилася за цей період й на машинобудування, у якому виробництво збільшилося, за період, що аналізується, на 18,1%. Враховуючи наявність позитивного тренду щодо обсягів виробництва продукції (товарів, послуг) добувної промисловості і розроблення кар'єрів – на 45,7%, переробної промисловості – на 16,8%, слід виокремити зниження у 2013 р. обсягів виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів у порівнянні з попереднім роком на 22,8%, хоча при зіставленні з аналогічним показником 2010 р. відбулося збільшення на 14,0%

В сучасних умовах досягнення необхідних обсягів виробництва та реалізації промислової продукції можливе, передусім, на основі системного впровадження маркетингових, технологічних інновацій.

Динаміка виробництва названих видів машинобудівної продукції в Україні протягом 2008–2013 рр. засвідчує переважну тенденцію до зменшення випуску. Це підкреслює, поряд з іншими чинниками, вплив низьких темпів впровадження інно-

вацій. Як вже вище зазначалося, одним із позитивних чинників впливу на збільшення рівня виробництва продукції виступає активізація інноваційних процесів у даній галузі. Індикаторами, які певним чином відображають інтенсивність інноваційної активності підприємств виступають показники: кількість організацій в державі, які виконують наукові дослідження й розробки та кількість і структура науковців.

Результати аналізу динаміки кількості організацій в Україні, які виконували наукові дослідження й розробки протягом 1991–2013 рр., свідчать, що кількість організацій в Україні, які здійснювали наукові дослідження й розробки упродовж 2005–2013 рр. постійно змінювалася. Найбільшу кількість таких організацій – 1510 було зафіксовано в 2005 р., а найменшу – 1143 в 2013 р. Таке зменшення пов'язано з наслідками впливу світової економічної кризи 2008–2010 рр., яка виклакала скорочення інноваційних розробок в промисловості, а потім з настанням вітчизняної політичної і економічної кризи. Чисельність наукових працівників в державі за даний період аналізу зменшилася з 105,5 тис осіб. в 2005 р. до 77,9 тис осіб в 2013 р., тобто в 1,35 рази. Таке скорочення кадрів теж негативно впливає на інноваційне оновлення промислових підприємств, що не дозволяє формувати певний інноваційний потенціал підприємств.

Аналіз та оцінка величини реалізованої продукції промисловості та машинобудування дають змогу оцінити в динаміці взаємодію економічних агентів з ринковим оточенням, що певним чином відображає їх інноваційність. Як свідчать результати аналізу, показник питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації, збільшувався за останні роки досліджуваного періоду, тобто у 2011–2013 рр. Хоча поряд з цим, питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі виробленої промислової продукції зменшувалася. Одним із чинників, що негативно вплинув на цей показник може виступати і низький рівень застосування маркетингового комунікаційного забезпечення інноваційних процесів у функціонуванні підприємств.

Науково-технічна діяльність суб'єктів народного господарства України з 1996 р. по 2013 р. мала тенденцію до зростання. Так, грошовий показник виконаних робіт у 2013 р. зріс відносно показника 1996 р. у 10,6 раз. Найбільший показник питомої ваги складає показник розробок в загальному показнику виконаних наукових та науково-технічних роботах. У 2013 р. він досяг майже 50%. Слід зазначити, що за рахунок коштів державного бюджету створено 7 винаходів. Корисних моделей та промислових зразків за рахунок державних коштів взагалі не було створено. Останнє свідчить про достатньо помірний внесок держави у фінансування інноваційної діяльності суб'єктів економіки [1].

Достатньо низький відсоток прикладних досліджень у загальному обсязі наукових робіт свідчить про наявність системної кризи у комерціалізації розробок, що суттєвим чином обмежує та знижує ефективність маркетингової інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.

Вплив світового вектору руху до сервісної, інформаційної економіки, побудованої на нових знаннях, розвитку послуг у науково-освітній сфері привів до підвищення відсотку розробок. Запорукою розширення масштабів маркетингової інноваційної діяльності виступає збільшення рівня інформатизації на промислових підприємствах. Згідно складової індексу економіки знань для України у 2012 р.: інформаційні та комунікаційні технології, Україна посідає 77 місце у світі, перемістившись з 82 місця, яке вона посідала у 2000 р. [2, с. 8].

Статистичний аналіз динаміки витрат на інформатизацію на підприємствах промисловості України протягом 2006–2010 рр. засвідчує, що впродовж 2006–2010 рр. витрати на інформатизацію промислових підприємств загалом дещо зросли: найбільший стрибок відбувся в 2007 р., коли такі витрати порівняно з 2006 р. збільшилися на 484,8 млн грн та склали 1422 млн грн. Уповільнення темпів формування цих витрат в 2008–2009 рр., коли було витрачено відповідно 1248,6 та 1298,7 млн грн., пов'язано зі зменшенням таких асигнувань у зв'язку із запровадженням заощадливості. Позитивно

тивна динаміка витрат на інформатизацію відрізняється від показників динаміки фінансування інноваційної діяльності, де прослідковується їх підвищення.

Натомість, вважаємо, що обсяги витрат на інформатизацію на промислових підприємствах країни є недостатніми. Бажаємо вишукувати джерела для розширення таких вкладень з метою інтенсифікації маркетингової інноваційної діяльності. За структурою найбільше зросли протягом 2006–2010 рр. витрати на програмне забезпечення на 165,3 млн грн (76,10%). Номінальні витрати на обчислювальну техніку за аналізований період підвищилися тільки на 62 млн грн (15,36%), хоча ще в 2007 р. зафіксовано їх зростання у порівнянні з 2006 р. на 211,5 млн грн. Витрати на оплату послуг сторонніх підприємств у сфері інформатизації упродовж досліджуваного часу зросли на 185,7 млн грн., що у відносному виразі склало 58,71%.

Результати економічного аналізу та оцінка фахових джерел, представлених працями Жан-Жака Ламбена, Є. В. Лапіна, С. Ф. Покропивного, В. М. Колода [3; 4; 5] дають можливість виокремити основні чинники, які стримують розвиток комунікаційного забезпечення інноваційних процесів високотехнологічних

підприємств та шляхи подолання наявних маркетингових проблем (табл. 1).

Постійно існуючим негативним моментом протягом часу спостереження є чітка тенденція до зменшення питомої ваги обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП України: оцінювана питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП України чітко знизилася з 1,36% в 1996 р. до 0,81% у ВВП в 2013 р. Проте, слід відзначити епізодичне зростання питомої ваги в 2003 р. Така тенденція дозволяє нам зробити висновки про викривленість зростання абсолютних обсягів наукових робіт у державі. Вважаємо, що останні значення такої питомої ваги у 2012 р. (0,80%), 2013 р. (0,81%) є критично низькими й набагато відстають від рівня розвинутих країн.

Аналіз показників інноваційної діяльності промислових підприємств протягом 2000–2013 рр. свідчить про тенденцію до зростання витрат з інноваційної діяльності підприємств, окрім 2013 р. Безперечно, на такі тенденції впливають відсутність корегування показників з урахуванням інфляції, зміни курсів валют, імпульсів впливу ринкового оточення. Так, загальна сума витрат з інноваційної діяльності підприємств була найвища в 2011 р. і відносно

Таблиця 1

**Стримуючі чинники та шляхи подолання проблем комунікаційного забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств**

Стримуючі чинники та проблеми розвитку маркетингових комунікацій	Шляхи подолання проблем та розвитку маркетингових комунікацій
1. Невизначеність політики, стратегії та напрямків інноваційної маркетингової діяльності	1. Комунікаційне забезпечення політики, стратегії і напрямків розвитку сфери інновацій
2. Недостатнє комунікаційне забезпечення ринку новацій	2. Формування інформаційних потоків за рахунок розширення джерел фінансування та накопичення венчурного капіталу
3. Незначний маркетинговий інноваційний потенціал підприємств	3. Формування інформаційних засад маркетингового інноваційного потенціалу підприємств
4. Нерозвиненість комунікаційних та інформаційних каналів і систем	4. Розроблення інтегральних маркетингових комунікаційних систем
5. Відсутність системності у маркетингових дослідженнях	5. Організація маркетингових досліджень на основі урахування комплексу ринкових вимог і запитів
6. Суперечливість розвитку економіки знань та наявної низької дифузії інновацій	6. Комунікаційне забезпечення інноваційних процесів на підприємствах на основі освітнього потенціалу з урахуванням слабкого розповсюдження інновацій
7. Низька ефективність існуючих методик, інструментів та моделей комунікаційного забезпечення інноваційних процесів підприємств	7. Удосконалення методик, інструментів та моделей комунікаційного забезпечення інноваційних процесів підприємств

Узагальнено та розвинуто автором на основі [4; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12]

аналогічного показника 2000 р. ця сума збільшилася. При цьому витрати підприємств на дослідження і розробки з 2000 р. по 2011 р. зросли на 12573,8 млн грн., або у 8,1 рази; в 2013 р. цей показник збільшився відносно 2000 р. на 7802,5 млн грн., або в 5,4 рази, але зменшився відносно 2012 р. на 1918,0 млн грн., або на 17%. Також підприємства почали більше витратити коштів на внутрішні і зовнішні НДР. Поряд з цим, підприємства почали менше витратити коштів на придбання машин, обладнання та програмне забезпечення, що негативно характеризується.

Поряд з цим, тенденцію до збільшення ефективності впровадження інновацій ілюструє рис. 1, на якому показано тренд до збільшення питомої ваги підприємств, що займаються інноваціями в Україні протягом 2000–2013 рр. Фіксуємо два періоди: перший з 2000 по 2006 рр., коли постійно зменшувалася кількість інноваційних підприємств з 14,8% до 8,2%; та другий період певного зростання питомої ваги підприємств-інноваторів з 8,2% у 2006 р. до 13,6% у 2013 р. (рис. 2). З іншого боку, зміна кількості підприємств, що впроваджували інновації інформує про активність і результативність інноваційної діяльності. Питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової продукції рівномірно зменшувалася з 6,8% в 2001 р. до 3,3% в 2013 р. (рис. 2.).

Результати аналізу стану та тенденцій управління інноваційною діяльністю свідчать про звуження інноваційної діяльності, тому необхідно більше приділяти уваги управлінню підприємствами на засадах маркетингу інновацій.

**Висновки.** Доведено, що питома вага підприємств, що впро-

ваджували інновації збільшувалася за 2011–2013 рр. При цьому, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисловості зменшувалася. Одним із чинників, що негативно вплинув на цей показник може виступати і низький рівень застосування маркетингового комунікаційного забезпечення інноваційних процесів в діяльності досліджуваної галузі.

Обґрунтовано, що обсяги витрат на інформатизацію на промислових підприємствах країни є недостатніми. Бажано вишукувати джерела для розширення таких вкладень з метою інтенсифікації маркетингової інноваційної діяльності, що сприятиме активізації інноваційної діяльності підприємств і, в кінцевому підсумку, збільшенню їх фінансового результату.

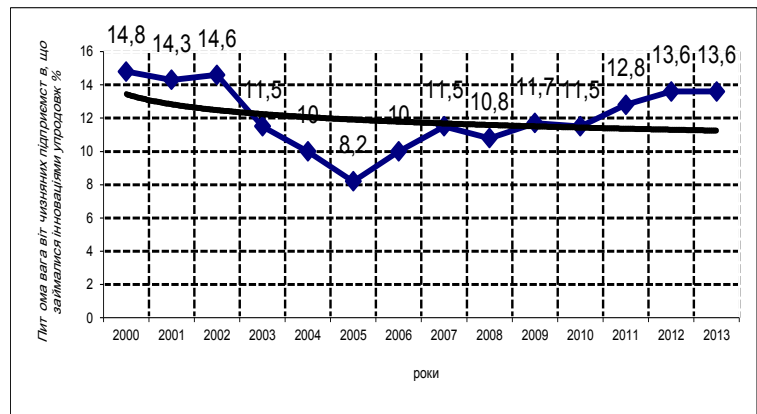
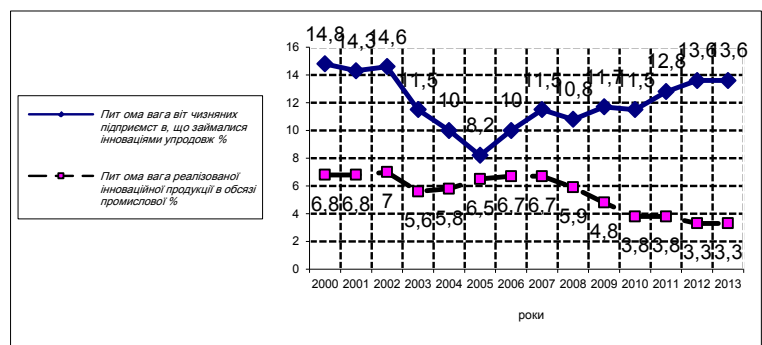


Рис. 1. Динаміка питомої ваги вітчизняних підприємств, що займаються інноваціями упродовж 2000–2013 рр.

Джерело: побудовано автором на основі: [1]



#### Список літератури:

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Текст]: стат. зб. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/16/Arch\\_nay\\_zb.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm)
2. Інноваційний розвиток промисловості як складова структурної трансформації економіки України. Аналітична доповідь Інституту стратегічних досліджень. – 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/public/File/2013\\_table/1029\\_dok.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2013_table/1029_dok.pdf)
3. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия: [моногр.]. / Е. В. Лапин. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.



4. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. / Жан-Жак Ламбен – СПб.: Питер, 2004. – 567 с.
5. Покропивний С.Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність; [навч. посіб.] / С.Ф. Покропивний, В.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2004. – 218 с.
6. Амблер Т. Практический маркетинг. / Тим Амблер. Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер-ком», 2006. – 448 с.
7. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті / І. С. Вовчак. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 354 с.
8. Диксон Питер. Управление маркетингом / Питер Диксон, пер. с англ. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 642 с.
9. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: [моногр.]. / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
10. Вачевський М.В. Промисловий маркетинг – К.: ЦНЛ, 2004. – 256 с.
11. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг.– К.: МАУП, 2001. – 257 с.
12. Кушнерук А.С. Механізм застосування промислового маркетингу у розвитку корпоративних підприємств: структура, задачі, функції, принципи, особливості / А.С. Кушнерук // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 12. – С. 53–60.

**Аршевская М. В.**

**Шлебат Ал-Хакима**

ЧВУЗ «Европейский университет»

## СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

### Резюме

В статье проведен анализ состояния и тенденций управления инновационной деятельностью промышленных предприятий. Аргументировано, что активизация инновационной деятельности является определяющим направлением, обеспечивает внедрение результатов исследований и новых идей в производство, повышает его конкурентоспособность и устойчивое положение предприятия на рынке товаров и услуг. Доказано о необходимости управления предприятиями на принципах маркетинга инноваций, что будет способствовать активизации их деятельности.

**Ключевые слова:** управление, промышленное предприятие, инновационная деятельность предприятий, маркетинговое коммуникационное обеспечение.

**Arshevskia M. V.**

**Shlebat Al-Hakima**

PVNZ «European University»

## STATUS AND TRENDS OF INNOVATION ACTIVITY MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

### Summary

The paper analyzed the status and trends of innovation activity management of industrial enterprises. Argued that the activation of innovation is crucial area that provides implementation of research results and new ideas into production, increases its competitiveness and sustainable position on the goods and services market. Proved the need of business management based on marketing innovations principles that contribute to accelerate their business.

**Keywords:** management, industrial enterprise, innovation activity of enterprises, marketing communications software.