

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

О.Г. Бровкова, к.е.н., доцент

Д.В. Волкова, студентка

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Стратегія інноваційного розвитку в сучасних умовах – це державна інноваційна стратегія і науково – технічна політика (НТП) фірм і регіонів, орієнтована на сприяння розвитку передових технологій, науково – дослідних і дослідно – конструкторських розробок (НДДКР) проривного характеру. Державна інноваційна стратегія є ядром структурних змін, які відбуваються зараз і знайшла відображення в стратегії економічного та соціального розвитку України.

Як стверджує іноземний досвід, авторами концепції національних інноваційних систем (НІС) є велика група західних економістів (К.Фрідмен, Б.Лундвалл, Р.Нельсон, Ф.Хайєк), які в 80 – 90 рр. ХХ сторіччя практично одночасно поклали початок сучасній теорії інноваційної діяльності і розробили загальні методологічні принципи .

Основними принципами є:

- слідувати ідеям І.Шумпетера про конкуренцію на основі інновацій і наукових розробок в корпораціях як головних чинників економічної динаміки;
- визнання особливої ролі знання в економічному розвитку;
- розгляд інституційного контексту інноваційної діяльності як чинника, що прямо впливає на її зміст і структуру. Втілення цих принципів органічно пов'язане із сучасною новітньою тенденцією розвитку людства – стрімкою глобалізацією та інтелектуалізацією виробництва, ринку й економічної діяльності, які викликані небаченими темпами і масштабами інновацій. Дослідженнями цих проблем займаються як різні зарубіжні школи і течії, так і вітчизняні науковці.

Причинами несприятливого інвестиційного клімату в Україні, яка посідає 15 місце (з 25) серед країн з перехідною економікою за ступенем привабливості, є:

- відсутня своя система оцінки інвестиційного клімату як країни, так і її окремих регіонів;
- наявність колізії законів;
- відсутність законодавчого врегулювання прав акціонерів;
- не вирішене питання позбавлення іноземних інвесторів пільг, які визначені законодавством України про вільні економічні зони, передбачені Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України»;
- не впроваджені міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та аудиту;
- не реформована податкова система, відсутність чіткого правового поля для підприємницької діяльності;
- не розроблені та не впроваджені гарантії прав власності;
- слабо ведеться боротьба з корупцією;
- не розроблена та не впроваджена концепція сприяння іноземним інвесторам тощо [1].

На основі закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» (№ 433 – ІУ від 16.01.2003) передбачені стратегічні пріоритетні і середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності. Стратегічні напрями розраховані на тривалу перспективу – не менше 10 років, середньострокові – на 3 – 5 років і формуються в рамках стратегічних. Згідно закону визначаються наступні стратегічні пріоритетні напрями інноваційної діяльності України а саме: модернізація електростанцій, нові і поновлювані джерела енергії, нові ресурсозберігаючі технології, машинобудування і приладобудування. Розвиток високоякісної металургії, вдосконалення хімічних технологій та матеріалів, розвиток сільського господарства і переробної промисловості, транспортні системи, будівництво і реконструкції, охорона і оздоровлення людини і навколишнього середовища. Стратегічні пріоритети інноваційної діяльності передбачається реалізовувати через систему загальнодержавних (національних) програм економічного, соціального, національного, культурного розвитку й охорони навколишнього середовища. На конкурсній основі через систему державних програм і державних замовлень відбувається реалізація середньострокових інноваційних пріоритетів. Особливості здійснення інноваційної діяльності на окремих територіях та в економічних зонах ураховані в актах законодавства.

Одним із пріоритетів економічної політики України є перехід до інвестиційного вектора розвитку (сталого розвитку "Україна – 2020"), а державна інвестиційна політика вважається одним із найважливіших чинників виведення економіки країни із кризи і забезпечення їй динамічного зростання.

Метою Стратегії є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі.

Задля цього рух уперед здійснюватиметься за такими векторами:

1) вектор розвитку – це забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя. Україна має стати державою з сильною економікою та з передовими

інноваціями. Для цього, передусім, необхідно відновити макроекономічну стабільність, забезпечити стійке зростання економіки екологічно невиснажливим способом, створити сприятливі умови для ведення господарської діяльності та прозору податкову систему;

2) вектор безпеки – це забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян, захищеності інвестицій і приватної власності. Україна має стати державою, що здатна захистити свої кордони та забезпечити мир не тільки на своїй території, а й у європейському регіоні. Визначальною основою безпеки має також стати забезпечення чесного і неупередженого правосуддя, невідкладне проведення очищення влади на всіх рівнях та забезпечення впровадження ефективних механізмів протидії корупції. Особливу увагу потрібно приділити безпеці життя та здоров'я людини, що неможливо без ефективної медицини, захищеності соціально вразливих верств населення, безпечного стану довкілля і доступу до якісної питної води, безпечних харчових продуктів та промислових товарів;

3) вектор відповідальності – це забезпечення гарантій, що кожен громадянин, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак, матиме доступ до високоякісної освіти, системи охорони здоров'я та інших послуг в державному та приватному секторах. Територіальні громади самостійно вирішуватимуть питання місцевого значення, свого добробуту і нести будуть відповідальність за розвиток всієї країни;

4) вектор гордості – це забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт. Україна повинна зайняти гідне місце серед провідних держав світу, створити належні умови життя і праці для виховання власних талантів, а також залучення найкращих світових спеціалістів різних галузей [2].

Проведені дослідження науково – технічної сфери України вказують на існування в національній інноваційній системі основного протиріччя, яке вже сьогодні руйнує більшість спроб реалізації інноваційного вектора розвитку і яке, зрештою, прийняте всіма постсоціалістичними країнами. Це – величезна невідповідність між накопиченим кадровим науково – технічним потенціалом і загальною продуктивністю національної економічної системи – її надзвичайно низьку економічну ефективність.

Усунення цих недоліків активізує наявний інноваційний потенціал для реалізації цього необхідно вжити наступних заходів:

1) під великі іноземні кредити, що спрямовуються в інвестиційні проекти, передбачені державними програмами, надавати податкові пільги;

2) на регіональному рівні треба широко впроваджувати програми підтримки інноваційної діяльності, у тому числі шляхом регулювання податкових ставок місцевих податків і зборів;

3) із податку на прибуток надавати інвесторам знижки податкових ставок при зростанні експортної складової виготовленої продукції та кількості створених робочих місць тощо;

4) доцільно повернутися до практики створення відомчих регіональних інноваційних фондів. Необхідно ініціювати створення науково – дослідних центрів зі змішаним (приватно – державним фінансуванням) [3].

В Україні на наукові дослідження виділяється вкрай мало коштів, а на розроблення та інновації – ще менше. Виходячи з середніх пропорцій, що складаються протягом певного часу у країнах, де цей процес організовано більш менш раціонально, можна відмітити наступне: якщо на фундаментальні наукові дослідження виділяється певна сума, то на науково – технічні розроблення, спрямовані на використання отриманого наукового знання, потрібно передбачити в 2 – 2,5 рази, а на виробничі інновації – в 10 разів більші кошти. Зате в кінцевому результаті реалізація інноваційної продукції може дати прибуток, який, принаймні, вдвіть перевищить суму витрат на науку, розроблення та інновації, разом взяті. Така висока віддача від реалізації інноваційної продукції обумовлює вкладати більше державних коштів в освіту, в наукові дослідження та надавати пільги інноваційним компаніям, в тому числі транснаціональним.

Отже, незважаючи на значні прогалини в законодавстві про інноваційну діяльність, державне її регулювання є суперечливим і малоефективним, про що свідчить відсутність концепції національних інтересів, без якої неможливо створити комплексну законодавчу базу регулювання, забезпечену відповідними виконавчими структурами і жорстким механізмом контролю. Виконання радикальних заходів з підвищення інноваційної діяльності може призвести до бажаних результатів.

Література

1. Непочатенко В. О. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно– інвестиційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, В. О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2017. – № 2. – С. 47– 51. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>.

2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art_id=47920.

3. Кужель В. В. Державна підтримка регіональних програм інноваційного розвитку [Електронний ресурс] /І. Ю. Гришова, В. А. Замлинський, В. В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 2. – С.201– 206. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>

4. Стратегія інноваційного розвитку країни/ О.М. Лук'яничук, К.П. Телюх// Науковий журнал «БІЗНЕС ІНФОРМ», Харків, 2018 р. – № 4. – 195–201

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОКРАЩЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ

М.О. Акулюшина, к.е.н., доц.

К.П. Телюх, студентка

Одеський національний політехнічний університет,
м. Одеса

Проблема організації процесу розподілу є однією з найбільш складних, оскільки вимагає урахування значної кількості факторів, що впливають на розподіл продукції, і відрізняється високим ступенем конфіденційності на практиці.

Український ринок має ряд особливостей, що визначають підхід до вирішення даної проблеми. До них слід віднести не маркетингову, а здебільшого збутову орієнтацію вітчизняних виробників; незначну частку підприємств малого й середнього підприємництва в промисловій сфері; високий рівень конкуренції; утворення й практично повне закріплення за низкою торговельних і промислових підприємств так званих торговельних зон, в межах яких розподіляється найбільша частина їхньої продукції; посилення ролі територіальних органів влади в процесі формування регіональних товарних ринків; значні витрати на транспортування готових виробів; усвідомлення більшістю керівників підприємств необхідності зниження витрат на виготовлення й реалізацію продукції та ін. Все вище перелічене зумовлює необхідність особливого підходу до розробки стратегії розподілу для українських підприємств.

Успіх виробничого підприємства суттєво залежить від якості каналів розподілу, від дилерів і дистриб'юторів, з якими воно працює. Як стверджують Р.Р. Ларіна та Н.В. Трушкіна, проблема вдосконалення системи збуту продукції на базі формування більш ефективних каналів розподілу є однією із основних проблем функціонування маркетингової діяльності підприємства [1].

Виробник, враховуючи особливості своєї продукції, прагне вибрати кращих дилерів та дистриб'юторів.

Фактори, що впливають на ефективність і вартість вибору використання каналу збуту, можуть бути представлені двома ієрархіями: ієрархією підвищення ефективності каналу збуту; ієрархією мінімізації затрат з використання каналу збуту [2].

Відповідно, кожний виробник намагається це врахувати, щоб зберегти існуючих і привернути нових партнерів. Для цього йому слід створювати такі схеми, щоб реалізувати максимальну кількість продукції. А це можливе лише при чітко організованому управлінні товарними потоками, своєчасній поставці товарів торговцям тощо. Все це зумовлює створення відповідних механізмів управління цими процесами, до яких слід обов'язково включити склади, транспортні засоби і персонал.

Традиційно канали розподілу – це системи, в яких продукція і відповідальність або власність на неї передаються від рівня до рівня (від посередника до посередника) і, врешті-решт, досягає споживача.

Збутова стратегія – це сформований комплекс процедур щодо просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання і обробка замовлень, комплектація та підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб і транспортування до місця продажу або призначення) та організацію розрахунків за неї (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків з покупцями за відвантажену продукцію) [3]. Вона поєднує низку структурних сегментів, основними з яких, на наш розсуд, є: ціновий, рекламний, організаційний, виробничо-конструкційний, екологічний.

Вагомою особливістю формування цінового сегменту є диверсифікація цін за принципом розмежування їх функцій: презентаційні ціни → оптові ціни → роздрібні ціни. Кожна з цих груп має своє призначення і зумовлює можливість коригування цінової політики відповідно до особливостей співпраці з кожним клієнтом зокрема.

Рекламний сегмент зумовлює необхідність формування торгової марки ("бренду") та реалізації активної політики щодо його просування до кінцевого споживача. Лише така активна модель поведінки підприємства на ринку дає змогу йому потенційно отримувати відповідні вигоди. Організаційний сегмент базується на поступовому формуванні ефективної дилерської мережі, яка забезпечує можливість швидкого просування продукції до кінцевого споживача та покращення рівня її сприйняття.

Виробничо-конструкційний сегмент передбачає формування такої системи ергономічних, естетичних та функціональних властивостей продукції, які б загалом зумовлювали високий рівень її якості, а отже і конкурентоспроможності.