

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРІТЕТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто генеральну мету реалізації державної маркетингової стратегії інноваційного розвитку авіаційної галузі України є переклад економіки на новий технологічний рівень, що безпосередньо пов'язане з формуванням економічних умов для виходу на ринок конкурентоспроможної інноваційної авіапродукції в інтересах реалізації стратегічних національних пріоритетів України: підвищення якості життя населення, досягнення економічного росту, розвиток фундаментальної науки, забезпечення оборони й безпеки країни шляхом об'єднання зусиль держави, науково-освітнього й підприємницького сектору економіки на основі взаємовигідного партнерства.

Ключові слова: маркетинго-інноваційна діяльність, економіка розвитку, авіаційна галузь України.

В статье рассмотрена генеральная цель реализации государственной маркетинговой стратегии инновационного развития авиационной отрасли Украины, которая является основой перевода экономики на новый технологический уровень, непосредственно связано с формированием экономических условий для выхода на рынок конкурентоспособной инновационной авиационной продукции в интересах реализации стратегических национальных приоритетов Украины: повышение качества жизни населения, достижение экономического роста, развитие фундаментальной науки, обеспечения обороны и безопасности страны путем объединения усилий государства, научно-образовательного и предпринимательского сектора экономики на основе взаимовыгодного партнерства.

Ключевые слова: маркетингово-инновационная деятельность, экономика развития авиационная отрасль Украины.

Постановка проблеми. Генеральною метою реалізації державної маркетингової стратегії інноваційного розвитку авіаційної галузі України (МСІРАГУ) є переклад економіки на новий технологічний рівень, що безпосередньо пов'язане з формуванням економічних умов для виходу на ринок конкурентоспроможної інноваційної авіапродукції в інтересах реалізації стратегічних національних пріоритетів України: підвищення якості життя населення, досягнення економічного росту, розвиток фундаментальної науки, забезпечення оборони й безпеки країни шляхом об'єднання зусиль Держави, науково-освітнього й підприємницького сектору економіки на основі взаємовигідного партнерства.

Аналіз публікацій. Провідні країни світу, опираючись на теорію Н. Кондратьєва про більші хвилі в економіці, створюють цивілізацію шостого

укладу, вважаючи, що глибинні причини нинішньої світової кризи — у вичерпанні можливостей п'ятого укладу. Світ входить в VI - й технологічний уклад, на це й повинна орієнтуватися державка МСІРАГУ [4,9,1 I].

Кожний технологічний уклад, як і будь-який окремий технологічний процес, розбудовуючи за законом логістичної кривої, проходить у своїй динаміці три основні фази. Спочатку значні зусилля лише дуже слабо просувають результат, що досягається в необхідному напрямку. Це фаза латентного розвитку, коли нова технологія розбудовується в надрах інших технологічних процесів [1,7,8]. Потім, у міру нагромадження критичної маси технологічного розвитку, впливає технологічний ривок, коли відчутний результат досягається без значних зусиль. Це період активного розвитку нової технології. Згодом, у міру наближення до технологічної межі, витрати (як у натуральному, так і у вартісному вираженні) значно зростають у пропорції до ефекту, що досягається, що свідчить про старіння й відхід даної технології [2,3].

Інвестиції в розвиток нової технології МСІРАГУ, здійснені на першій фазі, приносять непорівнянні із вкладеннями результати. Саме в цьому полягає основна причина того факту, що на першій фазі держава підтримує НДДКР і інвестиції в нові технологічні уклади МСІРАГУ, незважаючи на високі ризики й на те, ще значна частка витрат на НДДКР не супроводжується генеруванням нової наукової інформації. Але навіть у тих випадках, коли дослідження й розробки увінчуються створенням якісно нового авіапродукту, потрібен значний період часу перш, ніж даний авіапродукт вступить у процес відтворення й буде реалізований як вартість, відшкодовуючи витрати на його створення й забезпечуючи умови нагромадження підприємницького капіталу. Підтримка нових технологій МСІРАГУ на етапі їх виникнення здійснюється багато в чому за рахунок сукупного прибавочного продукту суспільства, за рахунок виплати засобів, не забезпечених товарним покриттям, за рахунок так званих інфляційних заходів стимулювання економічного росту [5].

Інфляційні тенденції, що виникають завдяки інвестиціям у технології МСІРАГУ. У третій фазі розвитку відзначається класичний варіант зменшення продуктивності капіталу: кожне наступне вкладення приносить у середньому все менш питомий ефект, застарівший технологічний уклад МСІРАГУ перетворюється в «чорну діру», здатну проковтнути будь-який обсяг інвестицій, від яких жоден суб'єкт не одержать адекватної віддачі. Чим сильніше інвестиційна підтримка відсталих технологій, тим швидше вичерпується їх технологічний потенціал [6].

Падіння норми прибутку, в остаточному підсумку, викликає технологічне зрушення в суспільстві, масовий перехід до нового технологічного укладу, внаслідок якого норма прибутку різко, стрибкоподібно підвищується і

далі впливає поступальний розвиток макроекономічної системи в рамках уже нового технологічного укладу, що означає черговий тривалий період поступовою зниження норми прибутку, що визначає поступально циклічний характер сучасної техніко-економічної динаміки [10].

Виділення невирішених раніше чистий загальної проблеми На форми інноваційного розвитку економіки помітний вплив виявляє авіаційна галузь України (АГУ), які інвестують не в певні технологічні уклади МСІРАГУ як такі, а в окремі проекти, виходячи із власних цілей і уяви про ефективність інвестицій. Розвиток же тих або інших технологічних укладів не є їхнім безпосереднім завданням, воно, скоріше, виступає побічним наслідком здійснюваних ними маркетинго-інноваційні процеси (МІП).

Ціллю роботи є визначення інвестиції АГУ які мають на увазі наявність певних технологій і тим самим спрямовані на підтримку й розвиток

Виклад основного матеріалу. У відносній картини взаємодії приватних економічних інтересів представляється можливим виділити МСІРАГУ у системі координат, пов'язаної з технологічним розвитком.

На основі логістичної моделі описується динаміка норми прибутку суб'єкта АГУ, що інвестує, в певну технологію. Норма прибутку максимальна в крапці перегину логістичної кривій, у крапці максимально швидкого її росту, що доводиться на другу фазу. Отже, якщо вважати метою АГУ короткострокову максимізацію норми прибутку, то цільовим орієнтиром для неї буде перебування в крапці перегину логістичної кривої.

АГУ, що переслідують короткострокові цілі, орієнтовані на крапки перегину відповідної узагальненої логісти. Численні дослідження підтверджують той факт, що подібна стратегія породжує орієнтацію на «що підхоплюють» нововведень (catching up), але не на їх піонерну розробку, яка вимагає від інвестора вкладень на першій, «латентній» фазі розвитку технології, коли її віддача важко прогнозована.

У практиці технологічного розвитку України вважається звичайною ситуація, коли АГУ протягом десятиліть використовує одного разу знайдене технологічне рішення. Це пов'язане, насамперед із тривалими строками вибуття основного капіталу, з повільною зміною поколінь техніки в АГУ. У дослідженнях автора відзначається, що, незважаючи на високий рівень конкуренції й доступність фінансових ресурсів, більшість авіапідприємств АГУ не здійснюють інновації й прихильні імітаційним стратегіям. В Україні вкрай незначна частка інноваторів, навіть орієнтованих на національний ринок, але висока частка імітаторів, що копіюють нововведення розраховуючи на вузькі регіональні ринки. Імітації менш ризиковані, чим розробки повного циклу, але такі стратегії не створюють стійких конкурентних переваг не тільки на світовому, але й на внутрішньому ринку,

оскільки вони легко копіюються при наявності цінових переваг у структурі витрат (рис. 1). Показово, що серед національних новаторів у півтора раза більше авіапідприємств АГУ із високим рівнем конкурентоспроможності, чим серед імітаторів.

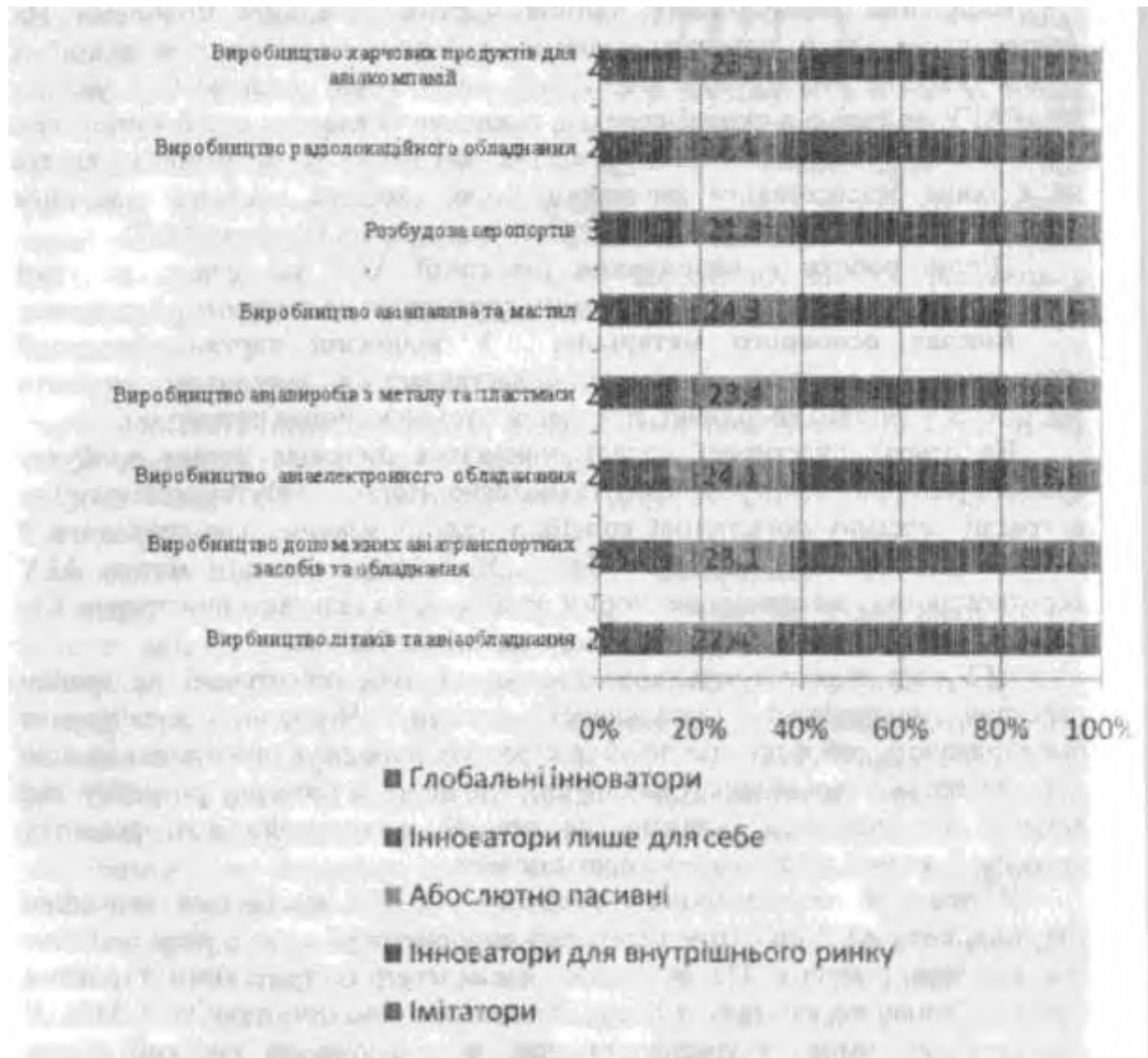


Рисунок 1. Розподіл авіапідприємств АГУ по інноваційних групах (% від числа, що відповіли)

Інституціональна концепція «провалів ринку» пояснює факт низької частки новаторів відсутністю необхідного обсягу державної підтримки, тому що АГУ не орієнтована на інвестиції в розвиток нових технологій, від яких

вона не одержать відповідного прямого комерційного ефекту. Таким чином, вирішення даної проблеми пов'язане з можливістю інтернаціоналізації зовнішніх ефектів, яка орієнтована на підвищення цінності інвестицій у нові технології з погляду АГУ, НІС, економіки в цілому. Таким чином, визначаючи перспективи розвитку МСІРАГУ, необхідно враховувати, що на основі власних ресурсів АГУ не може забезпечити достатня кількість інвестицій, тому що вигоди від НДДКР для всього суспільства значно перевищують вигоди, одержувані яким-небудь із господарюючих суб'єктів і навіть при максимально повному обліку зовнішніх ефектів АГУ направляє на НДДКР значно менше ресурсів, чим цього вимагають суспільні інтереси. Завдання держави полягає в тому, щоб на основі ефективної маркетинго-інноваційної політики на макрорівні створити умови для збільшення числа новаторів, тому що значне число консерваторів небезпечно для макроекономічної системи через розгортання інфляційних процесів і структурних перекосів в національній економіці.

У періоди технологічних зрушень, коли йде відмова від застарілих технологій (оскільки потенціал їх розвитку вже вичерпаний), а нові ще не завоювали належного місця в техніко-економічній системі, темпи економічного росту вповільнюються. У цей момент різко зростає ризик інфляції витрат, оскільки реальні інвестиційні альтернативи, що перебувають у розпорядженні АГУ, надають їм можливість вибору між новими, але технологічними рішеннями, що ще не завоювали довіри і добре перевіреними, але, що вичерпали свої можливості виробничими процесами. При технологічному розриві застарілі технології вже відторгаються виробничою системою АГУ, а нові за якимись причинами ще не готові зайняти їхнє місце (можливо, нова технологія ще не виділилася з безлічі конкуруючих між собою технологічних рішень). Періоди, що негативно впливають на розвиток макросистеми, зниження темпів росту вимагають підвищеного уваги уряду.

Висновки. В умовах технологічного розриву завдання держави полягає в тому, щоб допомогти суб'єктам, що працюють на національному, регіональних і локальних ринках, у короткий термін перейти з однієї логістичної кривої на іншу, що відповідає більш високому технологічному укладу, забезпечуючи черговий підйом норми прибутку за рахунок впровадження нових технологій у техніко-економічну систему. В умовах становлення інноваційної економіки, національна маркетинго-інноваційна система (НМІС) повинна забезпечити реалізацію стратегії формування МСІРАГУ, що забезпечують протягом обмеженого періоду часу створення конкурентоспроможності АГУ і її дифузії в інші галузі й сфери діяльності, території й формування стійких конкурентних переваг регіонів і галузей, Держави в цілому. Завдання конструювання майбутнього АГУ вирішується з

урахуванням необхідності її інтеграції в зовнішній навколишній простір і усунення внутрішньої дезінтеграції. Успіх роботи з конструювання майбутнього АГУ визначається співвідношенням зовнішньої інтеграції й внутрішньої дезінтеграції. При цьому автором виділяється дві ключові проблеми, від вирішення яких залежить ефективність вирішення завдання: по-перше, узгодження інтересів різних груп інвесторів, пов'язаних з данною АГУ; по-друге, узгодження вектора розвитку з вектором розвитку зовнішнього оточення.

У масштабах АГУ зовнішню інтеграцію, на думку автора, слід розглядати як специфічну стратегію розвитку, яка конкретизує розподіл стратегічних ресурсів, що визначають конкурентоспроможність АГУ, по пріоритетних напрямках (конкретним соціально-економічним об'єктам) і механізм інтегрування різних суб'єктів у системи вищого рівня: макрорівень.

Внутрішня дезінтеграція проявляється у вигляді боротьби різних груп впливу за ресурси й виражається в суперечливих поглядах на бачення й стратегічні цілі АГУ, що породжує непорозуміння й деструктивні конфлікти, що різко знижують ефективність систем управління. Без вирішення даних проблем вихід з пост кризового стану АГУ неможливий, їх вирішення істотний утруднюють необхідність швидкої адаптації до постійно мінливих умов, обмеженість ресурсів, пасивність населення й ін.

Процес конструювання майбутнього МСІРАГУ здійснюється в рамках прийнятих процедур, які реалізуються на основі нормативних документів Мінінфраструктури, Мінекономіки, інших міністерств і відомств окремими підрозділами, робочими групами, куди входять вищі управлінські кадри. Такий підхід сполучений з наступними недоліками: однобічним поглядом на проблеми розвитку адміністраторів, схематизмом планів, недоліком даних, труднощами в досягненні різними групами впливу консенсусу по цільових пріоритетах і основним напрямкам МСІРАГУ. У процесі реалізації стратегічних ініціатив АГУ відзначається не консолідація сил, а дезінтеграція як усередині, так і поза адміністративними структурами. Високий рівень зовнішньої й внутрішньої невизначеності ще більш утрудняє процес стратегічного планування розвитку АГУ.

Таким чином, вибір МСІРАГУ обумовлюється, рівнем маркетинго-інноваційного розвитку (МІР). Для АГУ, що має високий ступінь ризику при вкладенні фінансових коштів, доцільне здійснення антикризових стратегій, що припускають створення сприятливих умов для ведення бізнесу (підприємницькі зони, правова підтримка), що дозволить забезпечити перелив фінансових коштів з АГ з високим рівнем розвитку, стимулювати економічну активність і зайнятість. Крім того, для даних АГ доцільно оцінити можливість, диверсифікованого росту на основі вибору пріоритетних напрямків розвитку інноваційного підприємництва. Для АГ із середнім і високим ступенем

привабливості зовнішнього середовища при середньому й високому рівні конкурентоспроможності інноваційного підприємництва за умов значної частки великих авіапідприємств як пріоритетної стратегії іступає стратегія захисту інтересів, підтримки й розвитку інноваційного підприємництва з метою не допустити його витиснення з авіаринку.

Список використаних джерел

1. Артимонова І. В. Концепція маркетинг-микс як основа програмне-льового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства / І. В. ртімонова// *Акт. пробл. економіки*. - 2010. - № 4 (106). - С. 94 - 101.
2. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі енеджменту підприємств : монографія / Л. В. Балабанова, О. А. Бриндіна. - Донецьк : онДУЕТ. 2006. - 230 с.
3. Данилишин Б.М., Любченко ОМ. Маркетингова стратегія гіонального продовольчого ринку. — Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2006 - 250 с.
4. Кам'янецька О.В. Організаційно-економічний механізм інноваційного звитку авіаційної галузі України // *Економіка, підприємництво та менеджмент: іурнал наук, праць*: Вип.8. - К.: НАУ. 2007. - С.46-50.
5. Коба В.Г., Коба Е.В. Тенденции и перспективы развития авиационного анспорта // *Проблеми системного підходу в економіці*: 36. наук. пр. - Вип. 19. - К.: АУ. 2006.-С. 25-30.
6. Ложачевська О.М. Управління функціонуванням та розвитком нспортного комплексу регіону : [монографія] / Олена Михайлівна Ложачевська. - . : НАУ. 2002. - 248 с.
7. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та "прямки розвитку: Монографія. -К.: КНЕУ, 2001. - 227 с.
8. Сохацька О. М. Формування нової парадигми корпоративного равління в глобальному середовищі / О. Сохацька // *Вісник ТДЕУ*. - 2006. - № 3. -24-40.
9. Хэмел Г. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, О'Нил / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2005. - 384 с.
10. Шумейко В. Організаційні структури управління маркетингом на робничих підприємствах. // *Маркетинг в Україні*, № 1, 2009. - С. 46-49.
11. Andrew F. Daughety. *Analytical Studies in Transport Economics*, mbridge University Press: 1 edition August 28, 2008. - 264 p.

Kovalenco O.V.

The article deals with the general рифове of implementing the state marketing ategy of innovative development of aviation industry in Ukraine is a translation of the nomy to a new technological level that is directly related to the formation of economic

conditions for market entry of competitive innovation aviaproduktsiyi in implementing the strategic interests of Ukraine national priorities: improving the quality of life , achieving economic growth and development of basic science, defense and security by combining the efforts of the government, educational and business sector on the basis of mutually beneficial partnership. The process of designing the future of marketing strategy of innovative development of aviation industry in Ukraine is carried out within the accepted procedures implemented through regulations the Ministry of Infrastructure, Ministry of Economy, other ministries and departments separate units, working groups, which includes senior managerial personnel This approach is connected with the following disadvantages: one-sided view of the problem of administrators schematic plans, lack of information, difficulties in getting different groups to influence consensus target priorities and major areas of marketing strategy of innovative development of the aviation industry in Ukraine. During the implementation of strategic initiatives aviation industry in Ukraine is celebrated not consolidate power and disintegration, both inside and outside administrative structures. High levels of external and internal uncertainty complicates further the strategic planning of the aviation industry in Ukraine. In terms of technological gap task of the state is to help actors working at the national, regional and local markets in the short term move from one to another logistic curve corresponding to a higher class of technology, providing another rise in rates of return for through the introduction of new technologies in the techno-economic system. With the establishment of an innovative economy, national marketing and innovation system must ensure the implementation of strategy formation of marketing strategy of innovative development of aviation industry of Ukraine, which provide for a limited period of time creating competitive aviation industry of Ukraine and its diffusion in other industries and fields of activity areas and forming a sustainable competitive advantages of regions and sectors as a whole.

The task of designing the future of the aviation industry in Ukraine is solved with the need to integrate it into the surrounding outer space and the removal of internal disintegration. The success of the design of future aviation industry in Ukraine is given by integration of external and internal disintegration. The authors distinguished two key problems whose solution depends on the effectiveness of solving the problem: first, reconciling the interests of different groups of investors associated with this aviation industry of Ukraine; secondly, the coordination of the vector with the vector of the external environment. Across the aviation industry Ukraine external integration, in my opinion, should be considered as a specific development strategy, which specifies the distribution of strategic resources that determine the competitiveness of the aviation industry of Ukraine, in priority areas (specific socio-economic targets) and the mechanism of integration of different sub ' objects in the system of higher level, macro level.

Internal disintegration is manifested in the form of various pressure groups fight for resources and conflicting views expressed in the vision and strategic objectives of Ukraine aviation industry, generating confusion and destructive conflicts that dramatically reduce the effectiveness of control systems. Without solving these problems out of the post crisis aviation industry in Ukraine is impossible. Their solution significantly impede need for rapid adaptation to constantly changing conditions, limited resources, people and other passivity.

Keywords: development economics, aviation industry of Ukraine.