

майже третина коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, в той час як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення НДДКР витрати на порядок менші.

Для об'єктивної оцінки стану інноваційного розвитку України важливе значення має визначення її відносної позиції в рамках країн ЄС за допомогою Європейського інноваційного індексу, Європейського інноваційного табло (ЄІТ). За ЄІТ Україна знаходиться в останній за рівнем інновативності четвертій групі – «країни, що рухаються навздогін» зі значенням індексу 0,23. Цю групу складають: Угорщина – 0,24, Росія – 0,23, Україна – 0,23, Латвія – 0,22, Польща – 0,21, Хорватія, Греція – 0,20, Болгарія – 0,19, Румунія – 0,16, Турція – 0,08. У порівнянні з іншими країнами ЄС відставання України становить: від «країн-лідерів» – приблизно у 3 рази (Швеція – 0,68), від «країн-послідовників» – 2 рази (Великобританія – 0,48), від країн «помірні інноватори» – 1,6 рази (Норвегія – 0,35).

Головною метою стратегії економічного розвитку є визначення, обґрунтування і створення механізмів реалізації нової державної інноваційно-інвестиційної політики стосовно здійснення узгоджених змін в усіх ланках національної інноваційної системи, спрямованих на кардинальне зростання її впливу на економічний і соціальний розвиток країни шляхом створення відповідних привабливих внутрішніх умов і підвищення стійкості вітчизняної економіки до тиску зовнішніх умов, що обумовлені глобалізацією і неолібералізацією економічного життя.

Створення ефективної централізованої державної системи координації інноваційного розвитку економіки передбачає наступне:

1. Створити Міністерство з питань науки та інновацій. На це міністерство покладається координація зусиль всіх органів влади в сфері наукової та інноваційної діяльності, забезпечення виконання передбачених стратегією заходів. Для успішної реалізації міжвідомчих повноважень міністерство має очолити перший віце-прем'єр України.

2. Встановити більш тісних і відповідальних партнерських відносин між владою, всіма учасниками національної інноваційної системи і суспільством.

3. Розгорнути урядову програму реалізації стратегії, зміст якої має бути наповнений конкретними заходами щодо здійснення передбачених стратегією реформ і змін, визначені терміни їх виконання, відповідальні органи і особи, а також необхідні ресурси.

4. Створити систему постійного моніторингу динаміки інноваційного розвитку України.

Висновки. З наведених даних видно, що переміщення України сходинками інноваційного розвитку вимагатиме величезних зусиль, ресурсів, політичної волі і високої мобілізованості суспільства. Для цього необхідні: зміна концептуальних засад, що визначають в теперішній час роль і практичні функції держави в ринковій економіці; структурна перебудова економіки, в першу чергу промисловості; подолання кризової економічної нерівності населення; тощо.

Антоніна КАКОДЕЇ
Донецький національний університет

АЛГОРИТМ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНИМИ РИЗИКАМИ

На кожному етапі діяльності на промисловому підприємстві присутні екологічні ризики. Виходячи з основного маркетингового інструментарію, екологічні ризики доречно розподілити на: ризик невідповідності якості товару екологічним нормативним вимогам та стандартам; ризик завищення ціни в порівнянні з конкурентами, в результаті підвищення собівартості продукції через використання застарілих технологій виробництва та сплати додаткових штрафів за перевищення нормативів скидів, викидів та захоронення відходів виробництва; ризик розповсюдження шкідливих речовин, що наявні у складі продукції та відходах промислових комплексів на прилеглих до місця продажу та збереження територіях; ризик втрати довіри споживачів та громадськості внаслідок розповсюдження неправдивої та недостатньо інформації з приводу впливу виробництва на навколишнє середовище.

Маркетингове управління екологічними ризиками уявляє собою контроль на всіх етапах виробничого та комерційного процесів, починаючи від прийняття рішення про необхідність в сировині, закінчуючи післяпродажним сервісом.

Процес маркетингового управління ризиками починається з визначення мети. Цілепокладання при управлінні ризиками - процес і результат вибору найкращої мети в управлінні ризиком з обліку наявних ресурсів і обмежень поточної соціально-економічної, ринкової ситуації.

Головною метою маркетингового управління екологічними ризиками повинно бути досягнення максимального задоволення потреб суспільства та індивідумів в прагненні захистити себе від негативного екологічного впливу, при цьому повинні бути враховані виробничі можливості та спрямованість на отримання максимально можливого прибутку. Крім головної мети можна виділити декілька завдань нижчого рівня: підвищення екологічності виробленої продукції; зменшення негативного впливу на навколишнє середовище під час виробничої діяльності шляхом удосконалення технічної складової та технологій; зменшення витрат завдяки використанню маловідходних та енергозберігаючих технологій; розширення ринку збуту шляхом сертифікації якості виробленої продукції, залучення екоорієнтованих споживачів; підвищення іміджу підприємства в очах суспільства, влади та інших контактних аудиторій. Вирішення даних завдань безпосередньо вплине на покращення показників конкурентоспроможності підприємства, що дасть йому додаткові переваги в боротьбі за ринки збуту.

Для того щоб досягти мети маркетингового управління екологічними ризиками необхідно виявити екологічні ризики, проаналізувавши фактори зовнішнього та внутрішнього середовища.

При вивченні зовнішніх факторів впливу до переліку традиційних «PEST» чинників макросередовища (політико-правові, економічні, соціально-демографічні, технологічні) необхідно внести ще екологічний фактор впливу. До екологічних факторів можна віднести певні пункти кожного з існуючих чинників макросередовища. Насамперед це: вимоги екологічного законодавства країни, державні стандарти якості продукції, збори за забруднення навколишнього середовища, штрафи за перевищення встановлених стандартів щодо скидів, викидів та захоронення відходів, можливі податкові пільги; наявність на ринку продукції, що краще відповідає екологічним вимогам; вплив виробничої діяльності на стан здоров'я населення взагалі, та власних працівників; додаткові прибутки, що їх можливо отримати в разі використання технологій, що передбачають зниження енергоємності продукції та повне використання сировини та матеріалів., що веде до зниження собівартості виробництва, технології прискорення процесів виробництва. Після ідентифікації екологічних ризиків вони підлягають оцінці.

Серед основних методів маркетингового управління екологічними ризиками розрізняють: методи відшкодування збитків використовуються коли ризикова ситуація вже відбулась (передача, розподіл, поглинання і т.д.) та методи мінімізації збитків, використовуються для випередження настання ризикового випадку (попередження, уникнення, пошук додаткової інформації і т.д.).

Для того щоб управління було ефективним необхідно визначити економічну доцільність використання того чи іншого методу. До цього питання необхідний системний підхід, так як зі збільшенням витрат на контроль та управління ризиком на всіх рівнях (держава, галузь промисловості, підприємство) зменшується ефективність суспільного виробництва, що може вплинути на соціально-економічну ситуацію. Доцільно використовувати заходи щодо уникнення екологічного ризику до тих пір, доки фінансування цих заходів позитивно впливає на загальні результати діяльності промислового підприємства, якщо ж попередження екологічних ризиків коштує більше ніж їх прийняття, то економічно більш раціональним є прийняття ризику та його наслідків. Після вибору серед альтернатив розвитку дій в разі настання екологічної ризикової події найдоцільнішою з економічної точки зору, слід розподілити обов'язки серед персоналу підприємства та встановити відповідальних за реалізацію заходів в рамках обраного методу управління. Керівництво повинно встановити певні мотиви для працівників, що працюють з ризиками, бо діяльність ця має певну варіацію наслідків і може призвести до певних збитків.

Вікторія КАЛІННІКОВА

Тернопільський національний економічний університет