

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-85>

УДК 339.138:631.11:005.332

# МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

## MARKETING STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

**Корнієнко Тетяна Олександрівна**кандидат економічних наук, доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8020-0771>**Подзигун Світлана Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3012-1842>**Пачева Наталія Олександрівна**кандидат економічних наук, доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5093-7908>**Korniienko Tetyana, Podzihun Svitlana, Pacheva Nataliia**  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Здійснено аналіз сучасного стану та тенденцій інноваційного розвитку України серед інших країн світу. Результати оцінювання інноваційної спроможності України свідчать про необхідність розроблення єдиної та узгодженої стратегії розвитку та вказують на необхідність здійснення реальних кроків у напрямку реалізації структурних змін в економіці, а також стимулювання бізнесу до інновацій. Зазначено основні рушійні сили інноваційної діяльності для вітчизняних підприємств та головні проблеми, що перешкоджають розвитку такої діяльності. Визначено етапи процесу розробки маркетингової стратегії інноваційного розвитку вітчизняних підприємств. Доведено, що маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств передбачає пошук довгострокових рішень та можливостей адаптуватися до різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища характерних для конкретного підприємства.

**Ключові слова:** маркетингова стратегія, інноваційний розвиток, підприємства, фактори впливу, бізнес-середовище.

Today's state of innovative activity of business entities is due to the lack of a strategic vision and consistent state policy regarding the transfer of Ukraine to the innovative path of development, the formation of an innovative system that would guarantee the implementation and increase the development of innovative culture in the state, using various mechanisms for the development of innovative activities of domestic enterprises. The article analyzes the current state and trends of innovative development in Ukraine among other countries of the world. The results of the assessment of Ukraine's innovative capacity indicate the need to develop a unified and coordinated development strategy and the need to take real steps towards implementing structural changes in the economy, as well as encouraging businesses to innovate. The main driving forces of innovative activity for domestic enterprises and the main problems hindering the development of such activity are indicated. The stages of the process of developing a marketing strategy for the innovative development of domestic enterprises are defined. It has been proven that the marketing strategy of innovative development of enterprises involves the search for long-term solutions and opportunities to adapt to various factors of the internal and external environment characteristic of a particular enterprise. An effective marketing strategy for the innovative development of enterprises makes it possible to establish the necessary level of communication between producers and consumers even at the stage of creating an innovation, in accordance with the current needs of consumers, which contributes to the successful entry into the market of the appropriate level of quality and service, for which there is or may be a demand. The development and evaluation of the marketing strategy involves the expansion of the analysis of the socio-economic environment in which enterprises operate, the determination of social and socio-economic aspects, external and internal factors that influence the formation of innovative markets.

**Keywords:** marketing strategy, innovative development, enterprises, influencing factors, business environment.

**Постановка проблеми.** В умовах різкої зміни бізнес-середовища, що оточує підприємства, єдиною можливістю виживання є їх інноваційний розвиток. Важливою складовою діяльності кожного підприємства є вибір правильної стратегії, що забезпечить успішне функціонування на ринку та дозволить бути конкурентоспроможними. Інноваційна сфера як ключовий фактор майбутнього розвитку підприємств в Україні нині переживає складні часи, що обумовлено недостатнім рівнем фінансування, відтоком кваліфікованих кадрів, високим ступенем ризикованості, недостатньою увагою суспільства до цієї сфери та іншими факторами, найсерйознішим з яких є військова російська агресія проти України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам інноваційного розвитку підприємств присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних учених. Серед яких найбільш вагомими є роботи К. Бояринова [1], В. Василенко [2], С. Ілляшенко [3], Т. Смовженко [4], Л. Федулова [5] та інші. Переважна більшість дослідників з цього питання акцентують основну увагу на продуктових та технологічних складових діяльності підприємств. Проте за умов нестабільного, швидко змінюваного середовища, загострення конкуренції, ключовими чинниками успіху стають не тільки виробничі нововведення, але й розробка та реалізація маркетингової стратегії, що передбачає комплекс дій спрямованих на інноваційний розвиток підприємств.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Сучасний стан інноваційної діяльності суб'єктів господарювання зумовлений відсутністю стратегічного бачення та послідовної державної політики щодо переведення України на інноваційний шлях розвитку, формування інноваційної системи, яка гарантувала б реалізацію і підвищувала розвиток інноваційної культури в державі, використовуючи різні механізми розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є обґрунтування важливості розробки маркетингової стратегії для забезпечення належного рівня інноваційного розвитку підприємств враховуючи вплив зовнішніх та внутрішніх факторів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Порівняння тенденцій розвитку інноваційної діяльності в Україні з провідними країнами світу дає змогу виявити потен-

ційні шляхи активізації та можливі варіанти вирішення наявних проблем. Один з визначальних показників ефективності реалізації інноваційної політики держави – це її місце у глобальних рейтингах. Україна представлена у багатьох міжнародних рейтингах, які оцінюють її інноваційний потенціал, спроможність та результативність інноваційної політики. Їх характеристику дають, зокрема, такі рейтинги: Глобальний індекс інновацій (The Global Innovation Index), Глобальний індекс стійкої конкурентоспроможності (The Global Sustainable Competitiveness Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (The Global Talent Competitiveness Index), Зведений Інноваційний Індекс (Summary Innovation Index) а також Індекс людського розвитку (Human Development Index). Динаміка рейтингів України за чотирма найбільш популярними підходами до оцінки інноваційної спроможності за 2017–2022 рр. демонструє, що наша держава займає досить скромні місця, хоча останніми роками спостерігається тенденція до покращення деяких позицій [6]. Так, у міжнародному рейтингу Глобальний індекс стійкої конкурентоспроможності у 2022 р. Україна вийшла у топ-50 зі 180 країн світу та посідає 49 місце зі значенням 46,9 (рис. 1).

Крім того, займає непогані місця за такими показниками конкурентоспроможності як «Інтелектуальний капітал» – 41 місце (47,3) та «Економічна стійкість» – 43 місце (47,5), чого не можна сказати про показник «Природний капітал» – 84 місце, єдиний показник, що має значення нижче середнього – 41,3. За показником «Ресурсоємність та ефективність» Україна займає 116 місце за рахунок низької ефективності використання ресурсів. Якщо світові ціни на сировину та енергію зростуть у майбутньому, то Україна зіткнеться зі значно вищими витратами та проблемами для підтримки свого зростання, порівняно з країнами з вищими показниками ресурсомісткості та ефективності (рис. 2) [6].

Результати оцінювання інноваційної спроможності України свідчать про необхідність розроблення єдиної та узгодженої стратегії. Крім того, вони вказують на необхідність здійснення реальних кроків у напрямку реалізації необхідних структурних змін в економіці, а також технологічної модернізації виробництва продукції та стимулювання бізнесу до інновацій.

Серед основних проблем інноваційного розвитку підприємств можна виділити: обмежена ефективність інноваційної інфраструк-

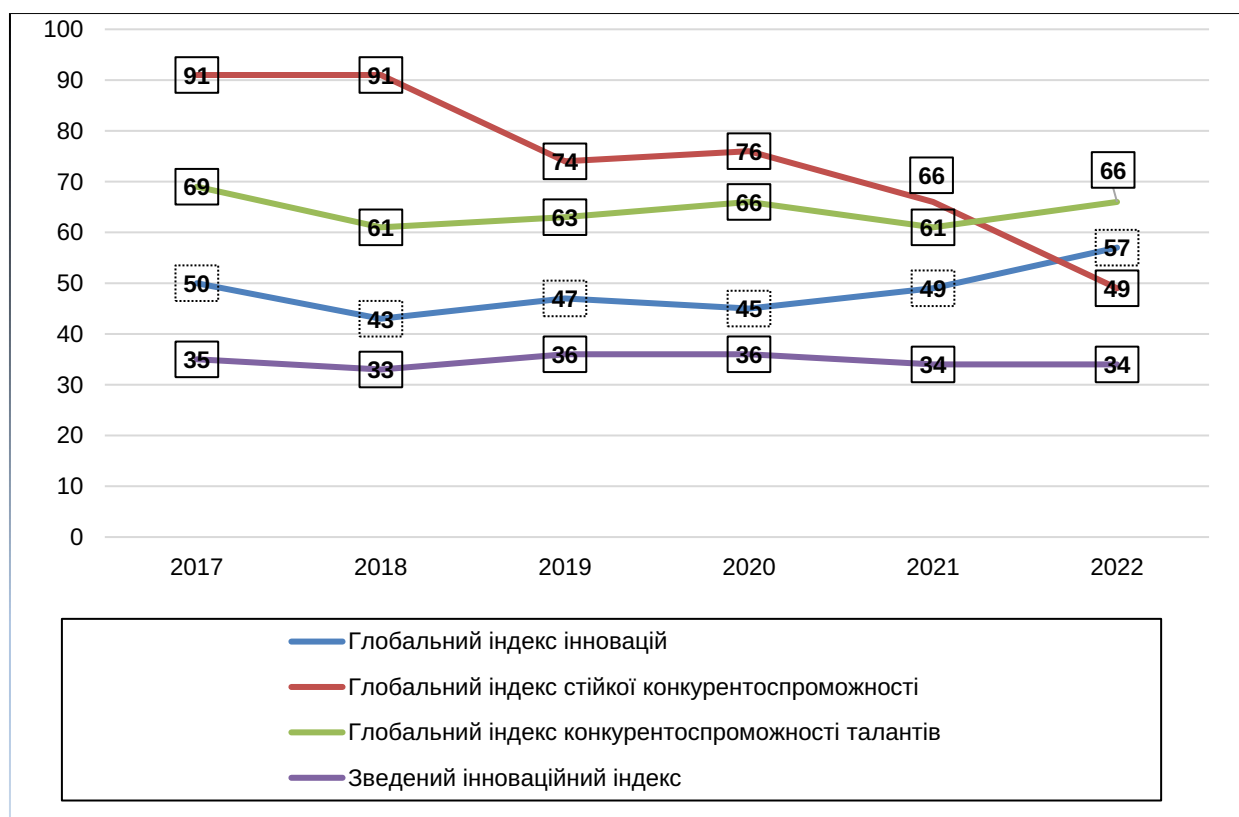


Рис. 1. Рейтинги України за індексами інноваційної спроможності

Джерело: [6]

тури, яка має сприяти розвитку інноваційного підприємництва; недостатнє державне фінансування інноваційного розвитку підприємств; відсутність ефективного механізму банківської системи щодо надання довгострокових кредитів; недостатній рівень зацікавленості суб'єктів господарювання у впровадженні результатів вітчизняних наукових досліджень; обмеженість фінансових і матеріальних ресурсів для створення інноваційної інфраструктури, недостатній рівень розвитку маркетингової системи у діяльності суб'єктів господарювання. Тому, для побудови інноваційної економіки з розвинутим підприємництвом та високою продуктивністю виробництва Україні, необхідно розв'язати зазначені проблеми. Саме тому особливо важливою є співпраця між усіма учасниками інноваційного процесу, які сприяють інноваціям на всіх етапах створення і виведення інноваційного продукту на ринок [8].

Сучасне підприємство функціонує в зовнішньому середовищі, що постійно змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів і змушене адаптуватися до мінливого ринкового середовища.

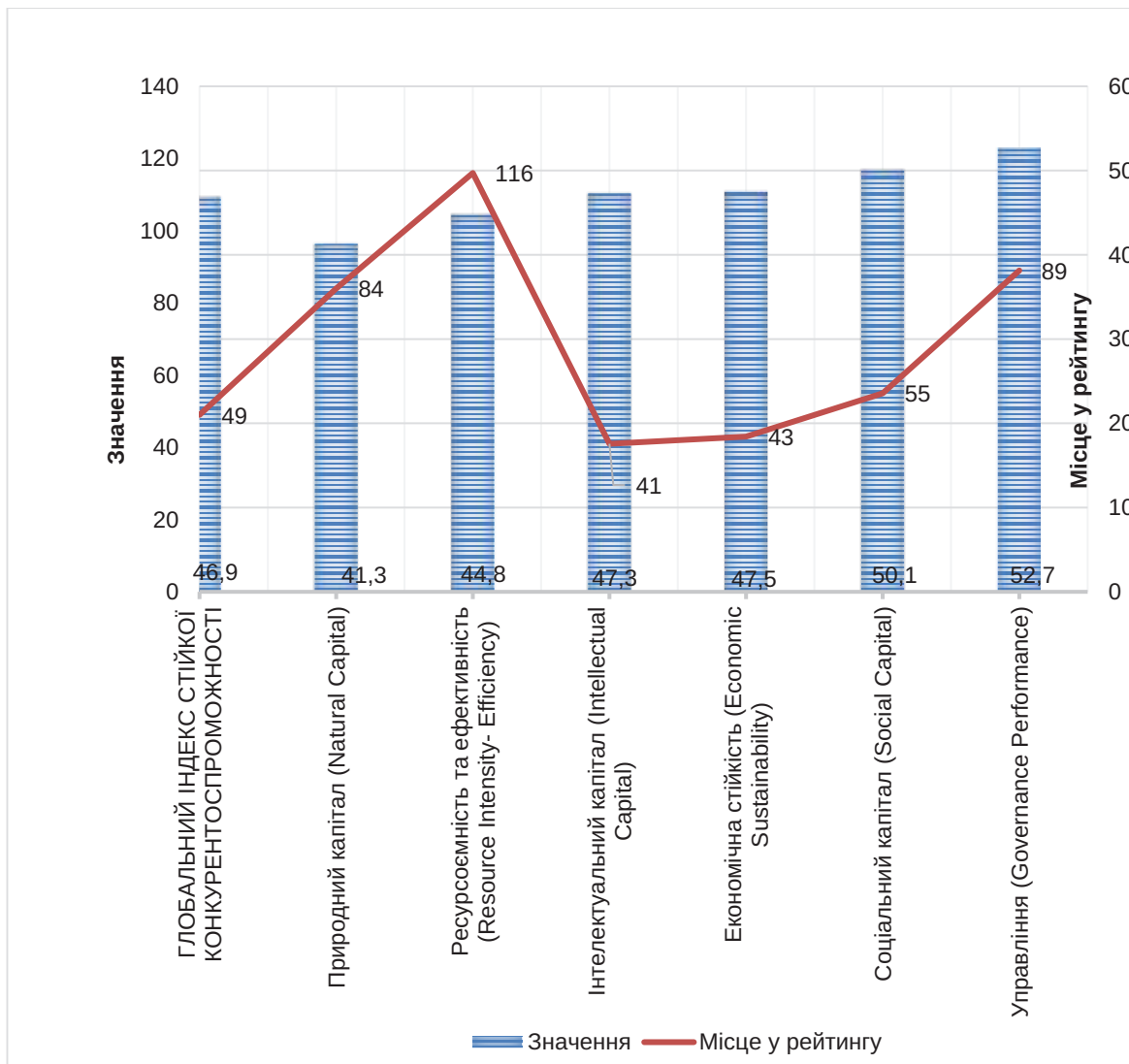
До зовнішніх факторів відносять посилення конкуренції в галузі, розвиток інформаційних

технологій, складність адаптації до мінливих політичних і макроекономічних умов, результати науково-технічного прогресу, поява нових форм організації бізнесу та інші.

До внутрішніх факторів відносяться посилення вимог споживачів до якості продукції, скорочення життєвого циклу продукції, поява в галузі нових конкурентів, складність зайняття ніші на ринку, поява нових стратегічних об'єднань. Вплив даних факторів на різних етапах життєвого циклу підприємства проявляється неоднозначно, що потребує побудови ефективною маркетинговою стратегією інноваційного розвитку кожного суб'єкта господарювання.

Таким чином, можна стверджувати, що одним із головних важелів забезпечення ефективності функціонування та виживання підприємств в ринкових умовах є раціональна маркетингова діяльність. Гнучкість маркетингу, здатність швидко реагувати на ринкові зміни, не втрачати нових можливостей інноваційного розвитку – всі ці якості стають нині основними важелями підприємства у конкурентній боротьбі [7].

Маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємства передбачає пошук дов-



**Рис. 2. Значення показників для України за Глобальним індексом стійкої конкурентоспроможності**

Джерело: [6]

гострокових рішень, що базуються на унікальній комбінації ресурсів, можливостей, адаптованість до впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Розробка маркетингової стратегії інноваційного розвитку підприємства має базуватися на принципах комплексності, надійності, своєчасності та економічності, повинна включати аналіз поточного та можливого стану інноваційного потенціалу на етапі життєвого циклу, на якому стратегія розробляється [9].

Розглянемо етапи процесу розробки ефективної маркетингової стратегії інноваційного розвитку підприємств (рис. 3).

Етапи процесу розробки можуть мати різні варіанти залежно від галузі, у якій працює підприємство. Систематична обробка інформації про ринок і ринкове середовище надзвичайно

важлива для визначення деталей інноваційного розвитку ринку в ході розробки маркетингових стратегій. Саме накопичення, аналіз та інтерпретація цієї інформації є основою для прийняття стратегічних маркетингових рішень. Дослідження ринку переважно складається з аналізу попиту (кінцевого споживання та торгівлі), конкуренції, поведінки покупців і споживачів щодо конкуруючих продуктів і маркетингових інструментів. При цьому необхідно враховувати взаємозалежність окремих суб'єктів, їх положення на ринку в цілому, а також вплив соціальних, екологічних та економічних факторів. Особливу увагу слід приділяти деталям інноваційного продукту при визначенні складових інноваційного розвитку ринку.

**Висновки.** Ефективна маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств



**Рис. 3. Етапи процесу розробки маркетингової стратегії інноваційного розвитку підприємств**

*Джерело: власна розробка*

дає можливість налагодити необхідний рівень взаємозв'язку між виробниками й споживачами ще на стадії створення інновації, відповідно до поточних потреб споживачів, що сприяє успішному виходу на ринок належного рівня якості та обслуговування, на яку є або може бути сформований попит. Розробка й

оцінка маркетингової стратегії передбачає розширення аналізу соціально-економічного середовища, в якому функціонують підприємства, визначення соціальних і соціально-економічних аспектів, зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на формування інноваційних ринків.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бояринова К. О. Функціонування інноваційно орієнтованих підприємств: методологія забезпечення розвитку : монографія. Київ; Херсон, 2017. 435 с.
2. Василенко В. О., Шматько В. Г. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 440 с.
3. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : ВТД – Університетська книга, 2010. 334 с.
4. Смовженко Т. С., Кузнєцова А. Я., Шмігельська З. К. Інноваційна діяльність малого і середнього бізнесу: основні засади управління : монографія. Київ : УБС НБУ, 2010. 198 с.
5. Федулова Л. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблеми сучасного усвідомлення. *Економічна теорія*. 2013. № 2. С. 28–45.
6. Корнієнко Т. О. Маркетингові стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65>
7. The Global Sustainable Competitiveness Index 2022. URL: <https://www.politico.com/f/?id=00000184-d344-da2c-a3af-fb66c4150000>
8. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-r#Text>

9. Маргасова В. Г., Вдовенко Н. М. Формування маркетингових стратегій інноваційного розвитку підприємств для регулювання виробничої діяльності груп суспільних інтересів на ринку. *Наукові записи Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*. 2022. Випуск 35. С. 273–279.

## REFERENCES:

1. Boiarynova K. O. (2017). *Funktsionuvannia innovatsiino oriientovanykh pidpriemstv: metodolohiia zabezpechennia rozvytku* : monohrafiia [Functioning of innovation-oriented enterprises: methodology for ensuring development]. Kyiv; Kherson, 435 p. [in Ukrainian]
2. Vasylenko V. O., Shmatko V.H. (2005) *Innovatsiinyi menedzhment : navchalnyi posibnyk* [Innovation management]. Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury, 440 p. [in Ukrainian]
3. Illiashenko S. M. (2010). *Innovatsiinyi menedzhment: pidruchnyk* [Innovation management]. Sumy: VTD – Universytetska knyha. 334 p. [in Ukrainian]
4. Smovzhenko T. S., Kuznietsova A. Ya., Shmihelska Z. K. (2010). *Innovatsiina diialnist maloho i serednoho biznesu: osnovni zasady upravlinnia: monohrafiia* [Innovative activities of small and medium-sized businesses: basic principles of management]. Kyiv: UBS NBU, 198 p. [in Ukrainian]
5. Fedulova L. (2013). *Innovatsiinyi rozvytok: evoliutsiia pohliadiv ta problemy suchasnoho usvidomlennia* [Innovative development: evolution of views and problems of modern awareness]. *Ekonomichna teoriia*, vol. 2, pp. 28–45. [in Ukrainian]
6. Korniienko T. O. (2023). *Marketingovi stratehii u formuvanni konkurentnykh perevah pidpriemstv v umovakh voiennoho stanu* [Marketing strategies in the formation of competitive advantages of enterprises in the conditions of martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65> [in Ukrainian]
7. The Global Sustainable Competitiveness Index 2022. Available at: <https://www.politico.com/f/?id=00000184-d344-da2c-a3af-fb66c4150000>
8. *Pro skhvalennia Stratehii rozvytku sfery innovatsiinoi diialnosti na period do 2030 roku : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10.07.2019 № 526-r*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-r#Text>
9. Marhasova V. H., Vdovenko N. M. (2022). *Formuvannia marketingovykh stratehii innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv dlia rehuliuвання виробничої діяльності груп суспільних інтересів на ринку* [Formation of marketing strategies for innovative development of enterprises to regulate production activities of public interest groups on the market]. *Naukovi zapysy Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Seriiia ekonomichna*, vol. 35, pp. 273–279. [in Ukrainian]