

330.354:330.567.4

Гуменна О.В., к.е.н., доцент,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

На сьогоднішній день інноваційний процес може здійснюватися лише на основі поєднання виробничих і фінансових інновацій з соціогуманітарним чинником. При цьому проблеми активізації і підвищення ефективності інноваційних процесів стають характерними не тільки для сфери виробництва, але й для сфери споживання, оскільки споживач визначає вимоги до товарів і тим самим – до виробництва. Технологічні трансформації, які сприяли поширенню взаємозалежного економічного міжнародного ринку, стали важливим джерелом переходу до суспільства споживання. Суспільство споживання – це система керованої персоналізації за допомогою ЗМІ, реклами, яка сприймається великою кількістю споживачів як свобода. Однак необхідно зазначити, що одним із соціогуманітарних чинників формування культури споживання (можливо найголовнішим) є самооцінка індивідами свого соціального статусу. Соціальне самопочуття людини визначається мірою задоволення її соціальних потреб, які є похідними від наявної у суспільстві системи благ, їх виробництва і розподілу [2, с.194]. Незважаючи на чисельність досліджень, присвячених питанням інноваційного розвитку економіки, до яких можна віднести наукові праці таких вчених як В.П. Александрової, В.М. Геєця, Дж.М. Кейнса, О.О. Лапко, Є.М. Лобачова, Дж.фон Неймана, В.П. Семиноженка, М.І. Туган-Барановського, Л.І. Федулової, Й. Шумпетера та багатьох інших, недостатньо дослідженим залишається питання щодо механізму та факторів формування інноваційної культури споживачів з метою забезпечення економічного розвитку країни.

Метою статті є обґрунтування необхідності формування інноваційної культури споживання в контексті забезпечення економічного розвитку нашої країни.

На сьогоднішній день вже не існує альтернативи інноваційному розвитку економіки, як вважалося раніше. В Україні протягом 2000-2008 рр. політики відзначали економічне зростання, однак при цьому були відсутні всі ознаки економічного розвитку.

Пояснити особливості економічного розвитку допоміг Й. Шумпетер, який перетворив підприємця-новатора в головну особу теорії економічного розвитку [8]. Він пояснив, що збільшення масштабів існуючого виробництва, а застосування інновацій забезпечило б одержання прибутку та навіть існування фірми. Суттєву роль в переосмисленні внутрішніх і зовнішніх чинників економічного розвитку відіграли також роботи інституціоналістів, в яких економічний розвиток, що спочатку розглядався як поняття одномірне, поступово все більше досліджується як явище багатомірне, багатоаспектне, що має параметри соціальні, політичні, культурні, етичні тощо. Роль суб'єкта економічного розвитку визначається ними не лише на основі концепції базових потреб, теорії людського капіталу, за макро- або мікроекономічними суб'єктами, – в цій ролі виступає насамперед індивід [1]. Потреби індивіда носять динамічний характер – з'являються, розвиваються, зникають в процесі її життя, тобто мають деяку циклічність, як і економічне життя суспільства. В той же час потреби населення виступають рушійною силою розвитку економіки. Вони лежать в основі більшості економічних процесів, що відбуваються як на мікро-, так і на макрорівні. Споживчі потреби базуються на процесах, які формують життєдіяльність людини: процеси біологічної природи (харчування, сон та ін.) і процеси соціальної природи (набуття та застосування знань, самореалізація тощо) [7].

Варто відзначити, що інновації переважно стосуються потреб соціальної природи та соціального статусу індивідуума. А в сучасних умовах потрібно формувати не просто культуру споживання, а саме інноваційну культуру споживання, яка дозволяє забезпечити економічний розвиток. Тому економіка, як і інші соціальні науки, в першу чергу цікавиться процесами соціальної природи людини та особливостями поведінки споживачів. Поведінка споживача – це всі дії, які людина здійснює під час купівлі та використання товарів, включаючи інтелектуальні та соціальні процеси, які передують цим діям і слідує за ними.

В той же час поведінка споживача в сучасних умовах має базуватися на сприйнятті нових ідей, знань та технологій, а також готовності до створення і впровадження в практику в будь-який необхідний час інновацій різного призначення та в різних галузях. Більш того, економіка суспільства вважається інноваційною, якщо в суспільстві будь-який індивід в будь-який час в будь-якому місці країни може отримати будь-яку необхідну інформацію про нові або відомі знання, інновації (нові технології, матеріали, машини, методи організації і управління виробництвом), інноваційну діяльність, інноваційні процеси [6, с.176]. Такий доступ до інформації можливий лише на основі добре розвинутої системи інформаційних комунікацій та інноваційної інфраструктури. Всі ці компоненти, як і суто формування інноваційної культури споживання, є необхідним елементом економіки знань, яка все більш «завойовує» позиції в сучасному світі.

На сьогодні існує багато визначень сутності економіки знань. На наш погляд, найбільш вдалим є визначення, наведене в [6, с. 52]: економіка знань – це економіка, що створює, розповсюджує та використовує знання для забезпечення свого зростання та конкурентоспроможності. І тут йде мова не просто про зростання економіки, а про її розвиток.

Сьогодні для впровадження економіки знань в більшості розвинених країн ключовим аспектом виступає формування культури споживання інновацій в суспільстві як основи для трансформації суспільних цінностей з відповідною перебудовою соціально-економічного та культурного світогляду суспільства.

Оскільки культуру споживання можна в цілому визначити як сукупність матеріальних та духовних благ, знань, норм і цінностей споживчої поведінки, які встановилися в суспільстві, то щодо інноваційної культури споживання ми можемо сказати, що такі норми і цінності формуються шляхом створення такої атмосфери в суспільстві, де є довіра споживача, його лояльність, розуміння єдино можливого (інноваційного) варіанту економічного розвитку, а також готовності активно впроваджувати саме такий варіант розвитку.

На готовність споживача до впровадження інновацій та темпи такого впровадження впливають деякі характеристики. Це, на думку дослідника дифузії інновацій Еверетта Роджерса [5, с.36-37], наступні властивості:

1. Відносна перевага – це сприйняття інновації як ідеї, що перевершує попередні ідеї та рішення. Тут надзвичайно важливу роль відіграють соціальний престиж, зручність та задоволення.
2. Сумісність – це сприйняття інновації як такої, що відповідає наявним цінностям, почерпнутого з минулого досвіду та потребам потенційних суб'єктів, які хочуть і можуть її впровадити. Ідея, яка несумісна з цінностями і нормами, буде впроваджуватися набагато довше, ніж сумісна ідея.
3. Складність – це сприйняття інновації з точки зору зрозумілості і легкості для використання.
4. Випробовність – це придатність інновації до обмеженого експериментування. Таке експериментування може зменшити ступінь невизначеності для споживача для індивіда, оскільки він може з неї працювати і зробити певні висновки про можливість його подальшого використання.
5. Спостережність – ступінь помітності результатів інновації для інших. Це дає більше шансів на ширше впровадження такої інновації.

Наведені властивості інновацій пояснюють темпи впровадження інновацій, при цьому найважливішими є перші дві характеристики – відносна перевага та сумісність.

Деякі дослідники вважають, що на процес прийняття рішення про купівлю інноваційних товарів, особливо товарів соціальної природи, впливають переважно спосіб просування і споживацька привабливість [4]. Їх і необхідно, перш за все, враховувати для активізації інноваційної діяльності виробників та підвищення попиту у споживачів, а також формування інноваційної культури споживання у суспільстві. Споживацька привабливість в даному разі означає сприйняття потенціальним споживачем сукупності параметрів, які задовольняють найважливіші потреби споживачів, втілених в основні конструктивні, технологічні, екологічні, ергономічні характеристики нового товару. З точки зору споживача новий товар реалізує ту ж саму потребу, що і старий, однак має конкурентні переваги за ціною або якістю.

Розвинені країни напрацювали достатньо ефективний інструментарій впливу на формування адекватної сучасним умовам політики споживання, що включає стандартизацію та сертифікацію споживчої продукції, контроль якості, економічну підтримку інноваційних екологічних та ресурсозберігаючих продуктів, проектів та технологій, а також проведення освітніх заходів [2, с.194]. Крім того, споживчий попит в інноваційній сфері потрібно спрямовувати на продукти середньо- та високотехнологічних галузей, тим більше, що в кризовий період на фоні скорочення загального

платоспроможного попиту зростає попит на високотехнологічні товари, а отже, мають збільшуватися і обсяги їх виробництва.

З метою активізації інноваційних процесів взагалі і формування споживчого попиту на інноваційні продукти та культуру їх споживання зокрема розроблений проект стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів.

Відповідно до цієї стратегії внаслідок активізації інноваційної діяльності та підвищення її ефективності прогнозується зростання частки інноваційного машинобудування в загальній структурі промисловості та доведення цього показника до рівня країн з розвинутими економіками. За рахунок збереження позитивної динаміки внутрішнього споживчого попиту зростатимуть частки харчової промисловості та виробництва інших неметалевих виробів – видів промислової діяльності, орієнтованих на переважне задоволення потреб внутрішнього ринку. Частка металургії та суміжних видів промислової діяльності (добувна промисловість, виробництво коксу) в загальній структурі промисловості навпаки буде зменшуватися. Такі заходи дозволять збалансувати внутрішнє споживання, внаслідок чого зникає потреба компенсувати його слабкість зовнішнім споживанням. Тоді економіка здатна динамічно розвиватися завдяки збалансованості основних пропорцій, особливо її соціальної складової [3].

В табл. 1 наведено деякі досягнуті та прогнозовані показники інноваційної активності України.

Таблиця 1

Динаміка основних показників інноваційної та науково-технічної діяльності в Україні*

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011–2012 (у середньому)**	2013–2015 (у середньому)**
Обсяг наукових та науково-технічних робіт, виконаних власними силами наукових та науково-технічних установ									
до попереднього року, %	123,9	117,2	111,1	125,1	127,4	101,3	106,4	113,2	110,1
Обсяг реалізованої інноваційної продукції									
до загального обсягу реалізованої промислової продукції, %	5,8	6,5	6,7	6,7	5,9	4,8	5,0	6,1	8,0
Обсяг реалізованої інноваційної продукції за межі України									
до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції, %	42,5	50,0	41,4	36,5	51,6	42,0	44,9	45,1	47,5

* Джерело: Державне агентство з питань науки, інновацій та інформації України

**Прогнозні дані

Наведені показники дозволяють побачити темпи зростання обсягів наукових і науково-технічних робіт та обсягів реалізації інноваційної продукції, в тому числі за кордон. Як видно з таблиці 1, прогнозується зростання частки реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції – з 5% у 2010 р. до 8% у 2013-2015 рр. При цьому майже половина обсягів реалізації інноваційної продукції спрямовується за межі України – від 45% в 2010 р. до 47,5% в середньому протягом 2013-2015 рр. Звичайно, зростання обсягів реалізації інноваційної продукції пов'язане з розробкою та впровадженням низки заходів з формування платоспроможного попиту у споживачів. У прискоренні цього процесу за розробленою стратегією інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки ключова роль також належить формуванню інноваційної культури суспільства в цілому і представників влади, політиків, підприємців, молоді зокрема.

Як зазначалося вище, культура споживання складається з норм і цінностей, знань та досвіду. Тому одним з найважливіших елементів інноваційної культури суспільства є система освіти, яка і має забезпечити суспільство такими знаннями. Позиції України залишаються досить стабільними у галузі загальної освіченості населення. Це, поки-що, один з небагатьох показників, хоч і в кількісному, а не якісному вимірі, за якими Україна є конкурентоспроможною.

Однак сьогодні в учбовому процесі на всіх стадіях освітньої системи значно понижена роль викладання природничих наукових дисциплін, що у минулому у вітчизняній освіті забезпечувало загальний високий рівень фундаментальної підготовки учнів і студентів, формувало їх науковий світогляд та інноваційну культуру. Однією з причин, що гальмують розвиток системи професійної освіти, є зниження престижності робітничих професій. У свою чергу це обумовлено тим, що у вітчизняній економіці домінують робочі місця низькотехнологічного укладу, які малопривабливі для сучасних фахівців, особливо молодих.

ИННОВАЦИОННОЕ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Варто зазначити також, що в Україні слабо розвинена система післядипломної освіти, вона не забезпечує у відповідності з вимогами інноваційного розвитку неперервне оновлення фахового рівня всіх працюючих членів суспільства. На підвищення рівня кваліфікації працівників в Україні витрачається на порядок менше часу, ніж в інноваційно розвинутих суспільствах. Так, за даними директора Інституту економіки та прогнозування НАН України, академіка В.М.Геєця, 20% працівників розвинених європейських країн (Німеччини, Франції) щорічно проходять перепідготовку кадрів, а в Україні – лише 5%. Це означає, що працівники з країн Європи в середньому підвищують свою кваліфікацію раз на 5 років, українські ж – в середньому один раз на 20 років. А якщо врахувати, що сьогодні знання «застарівують» в середньому один раз на 2-3 роки, то можна зробити висновок, про неконкурентоспроможність українських фахівців.

У ряді країн світу протягом вже багатьох років розробляються різні комплексні індикатори науково-технічного та інноваційного розвитку. Найбільш відомим з подібних комплексних індикаторів, що набув широкого поширення в останні роки, став європейський інноваційний індекс, який розраховується на основі системи індикаторів науково-технічного розвитку – Європейського інноваційного табло (ЄІТ) [European Innovation Scoreboard], що дозволяють, на думку експертів ЄС, об'єктивно оцінити рівень науково-технічного розвитку країн-учасниць Співтовариства. На сьогодні індикатори Європейського інноваційного табло представлені показниками п'яти груп, які відображають різноманітні аспекти інноваційного розвитку країни:

1. Рушійні сили інновацій – індикатори, які відображають стан та структуру інноваційного потенціалу.
2. Створення нових знань – індикатори, які відображають рівні фінансування НДДКР.
3. Інновації та підприємництво – індикатори, які відображають рівні інноваційної активності на підприємствах (фірмах).
4. Застосування – індикатори, які відображають зайнятість та комерційну діяльність в інноваційних секторах.
5. Інтелектуальна власність – індикатори, які відображають патентну активність.

В контексті даного дослідження ми проаналізуємо показники лише двох груп, які нас цікавлять, – це рушійні сили інновацій (потенціал) та можливості реалізації інновацій.

Прогнозні оцінки інноваційного розвитку України за індикаторами Європейського інноваційного табло (табл. 2) засвідчують, що за умов проведення цілеспрямованої інноваційної політики, приведення у відповідність до неї підприємницької діяльності, здійснення реальних кроків у напрямку реалізації необхідних структурних змін в економіці, технологічної модернізації виробництва та формування інноваційної культури споживання можна «наздогнати і перегнати» провідні європейські країни [3].

Таблиця 2

Прогнозні (2020 р.) значення індикаторів Європейського інноваційного табло для України (значення для країн ЄС прийнято за 100%), розраховані за оптимістичним сценарієм

Індикатори	2006р.	2020р.
«Вхідні» індикатори – рушійні сили інновацій		
Особи з вищою освітою в галузі технічних та природничих наук серед населення у віці 20–29 років (кількість на 1000 мешканців відповідного віку)	126	100–105%
Особи, що мають закінчену вищу освіту, серед населення у віці 25–64 роки (кількість на 100 мешканців відповідного віку)	78	95–100%
Ступінь використання населенням широкосмугового Інтернету (кількість ліній широкосмугового Інтернету на 100 мешканців)	15	65–70
Особи, що беруть участь у програмах підвищення кваліфікації (навчання), для населення у віці 25–64 років (кількість на 100 мешканців відповідного віку)	–	40–45
Рівень освіти юнацтва (питома вага осіб у віці 20–24 роки, які мають, як мінімум, повну середню спеціальну освіту, серед населення відповідного віку)	86	95–100%
«Вихідні» індикатори – застосування		
Особи, зайняті у високотехнологічних сегментах сектору послуг (% від загальної чисельності робочої сили)	64%	80–85%
Експорт високотехнологічної продукції (% від загального експорту)	7%	40–45%
Продаж нової продукції на ринку (% від загального товарообороту)	54%	60–70%
Продаж нової для фірми промислової продукції, але не нової на ринку (% від загального товарообороту)	–	60–70%
Особи, зайняті у високотехнологічному та середньо- високотехнологічному секторах промисловості (% від загальної чисельності робочої сили)	78%	80–90%

На жаль, українське суспільство на даному етапі розвитку не може забезпечити більшості населенню повноцінної зайнятості і робочих місць, адекватних їхньому рівню освіти та професійної

підготовки. Це робить неможливим формування оптимальної культури споживання, перш за все, в частині обсягів і структури споживання інноваційних продуктів (товарів і послуг). Організаційно-економічні важелі формування інноваційної культури споживання слід розробляти і реалізовувати не тільки на рівні держави, регіонів, а й на рівні окремих корпорацій або корпоративних груп. З метою формування відповідної стратегії поведінки споживача корпоративний сектор іноземних держав виділяє значні кошти на освітні програми та роз'яснювальну роботу про переваги тих чи інших споживчих продуктів, особливо інноваційних, що необхідно запровадити і у вітчизняну практику та суспільну культуру споживання.

Література

- 1.Петруня Ю. Економічний розвиток в контексті інституційних перетворень / Ю. Петруня, О. Івашина. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/iver/2008_1_1/chapters/chapter_1/chapter_1_part_4.pdf
- 2.Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України / За ред. Л.І. Федулової. – К.: Ін-т економ.та прогноз. НАН України, 2007. – 472 с.
- 3.Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів (Проект). – Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art_id=47920
- 4.Райко Д.В. Економічна оцінка споживацької привабливості інноваційних товарів / Д.В. Райко // Автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Харків: НТУ «ХП», 2003. – 19 с.
- 5.Роджерс Еверетт М. Дифузія інновацій / Пер.з англ. В. Старка / М. Роджерс Еверетт. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 591 с.
- 6.Федулова Л.І. Економіка знань: підручн. [для студ.вищ.навч.закладів] / Л.І. Федулова: НАН України; Ін-т екон.та прогноз. НАН України. – К., 2009. – 600 с.
- 7.Шмыргин В.М. Потребности и их влияние на экономику / В.М. Шмыргин. – Одесса, 2008. – 119 с.
- 8.Шумпетер Йозеф А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка / А. Шумпетер Йозеф. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.

Рецензент докт. екон. наук, професор А.В. Федорченко

681.3.07

*Швец Ю.Ю., к.э.н., доцент,
ТНУ имени В.И. Вернадского*

ПРИНЦИПЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Актуальность проблем исследования теоретико-методических положений формирования и использования экономического потенциала региональной экономики напрямую связан с необходимостью выравнивания неэффективного использования потенциала системы регионального управления, диспропорций и асимметричности в их различных проявлениях и формах. Существует потребность в выявлении, развитии, использовании конкурентных преимуществ для роста в условиях межрегиональной конкуренции и борьбы за потребителей региональной продукции в едином экономическом пространстве страны. Усиление межрегиональной конкуренции заставляют искать пути поиска новых форм и эффективных методов формирования и использования потенциала взаимодействия доминантных субъектов региональной экономики с целью достижения мультипликативного эффекта в условиях влияния энтропийных тенденций сетевого многополярного развития глобалистической экономики.

В теоретических и практических исследованиях, посвященных развитию инновации и уровню стратегии инновационного развития объектов, преобладают исследования, направленные на изучение процессов конкуренции, так и конкурентоспособности. В исследованиях развития инновационной деятельности выделяются следующие моменты [1-8]:

1) производственные связи в развитии инновационной деятельности являются результатом и формой проявления отраслевого и территориального разделения труда, обобществления производства [1, 3, 5, 6, 7];

2) концентрация общей интеграционной структуры не отрицает целесообразности изучения частных структур, но указывает на взаимодополняемость получаемых при этом результатов [1, 2, 4];

3) функционально-территориальная система как наиболее упорядоченная структура является определяющим звеном развития инновационной деятельности на уровне региональной экономики [3, 5, 6].

Целью статьи является формирования принципов инновационного развития региона.