**Панжар Олександр Iллiч. Маркетинг iнновацiйної дiяльностi в розвитку пiдприємства : Дис... канд. наук: 08.06.02 – 2002**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Панжар О.І. Маркетинг інноваційної діяльності в розвитку підприємства. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 – Підприємництво, менеджмент та маркетинг. – Донецький національний університет Міністерства освіти і науки України, 2002.  У дисертаційній роботі досліджено проблему управління інноваційною діяльністю підприємства. Показано складність трансформаційних процесів в економіці України, обгрунтовано необхідність використання маркетингу при створенні інноваційної стратегії на підприємствах машинобудівного комплексу. На основі дослідження автором розроблено методи аналізу рівня інноваційної діяльності, привабливості актуальних споживачів, методи оцінки відповідності рівня інноваційної діяльності підприємства стану ринкової кон'юнктури. Визначено шляхи удосконалення механізму управління інноваційною діяльністю підприємства. Подані в дисертації методи, моделі і методичні рекомендації по удосконаленню управління інноваційною діяльністю з використанням інструментів маркетингу пройшли практичну апробацію та сприяють ефективному розвитку ведучих машинобудівних підприємств України. | |
| |  | | --- | | 1. Аналіз діяльності підприємств показав, що найбільша ефективність виробництва спостерігається на тих підприємствах, в основу яких було покладено інноваційну стратегію. В роботі показано складність трансформаційних процесів в економіці України та обгрунтовано необхідність використання маркетингу в управлінні інноваційною діяльністю на підприємствах машинобудівного комплексу. Консолідація інноваційних процесів вимагає побудови моделі складу інноваційної діяльності. Це дозволило визначити критерії різнорідності інновацій та сформувати сукупність необхідних і достатніх умов побудови моделі управління інноваційною діяльністю.  2. Сутність розглянутого в роботі методу комплексного аналізу полягає у визначенні як загального рівня інноваційної діяльності підприємства, так і кожного з чотирьох виділених типів інновацій: розробка нової продукції, освоєння ринків збуту, відновлення виробництва, організаційно-управлінські нововведення. В основі визначення рівня інноваційної діяльності лежить використання елементів квантифікації, за допомогою яких для підприємств машинобудівного комплексу виявляються основні тенденції розвитку інноваційної діяльності в рамках кожного типу інновацій.  3. При формуванні інноваційної діяльності ведучих машинобудівних підприємств особливо важливим є прогнозування кон'юнктури, яке ґрунтується на аналізі привабливості актуальних споживачів. Виходячи з цього, розроблено метод аналізу адекватності діяльності підприємства тенденціям попиту, які превалюють. Сутність метода полягає у виділенні основних ознак привабливості актуальних споживачів. Згідно до кожної ознаки споживачі поділяються на дві групи: привабливу і непривабливу. Співвідношенням даних груп характеризується кон'юнктура ринку досліджуваного підприємства.  4. Розроблені методи оцінки залежності рівня інноваційної діяльності від характеристики кон'юнктури ринку науково обґрунтовують необхідність формування інноваційної діяльності на основі досліджень кон'юнктури ринку. Показники оцінки дозволяють виявити рівень інноваційної діяльності та фактори, які сприяють досягненню позитивних результатів фінансово-господарської діяльності.  5. У роботі відзначено, що в основі реалізації більш прогресивних прийомів і методів управління лежить побудова відповідної моделі інноваційної діяльності. З урахуванням зростання ролі ситуаційного підходу в системі менеджменту розроблено маркетингову модель управління інноваційною діяльністю підприємства. Її основними рисами є: системність вирішення проблем; висока агрегованість; залежність від зовнішнього середовища; спрямованість інноваційної діяльності на одержання прибутку на основі задоволення потреб споживачів; можливість використання ситуаційного мислення та інші.  6. Координованість інноваційних процесів забезпечує інформаційна система інноваційної діяльності підприємства. Її використання дозволяє не тільки налагодити механізм реєстрації й обробки зовнішньої і внутрішньої інформації, але й порівняти різнорідні показники господарської діяльності підприємства.  7. Розроблений метод оцінки привабливості інноваційних проектів дозволяє ранжирувати проекти за ступенем їхньої привабливості і тим самим вирішує проблему вибору для розробки тільки перспективних проектів. Використання даного методу сприяє як зниженню витрат, пов'язаних з відмовою від подальшої розробки малоперспективних проектів, так і збільшенню ефективності від впровадження перспективних проектів.  8. Практичне впровадження викладених в дисертації досліджень і розробок на ЗАТ "Новокраматорський машзавод", ВАТ "Донецькгірмаш" і ВАТ "Новогорлівський машинобудівний завод" підтверджує ефективність запропонованих методів. Економічний ефект від впровадження результатів складає 110,2 тис. грн. | |