

центрів колективного користування науковим обладнанням, технопарків, бізнес-інкубаторів, кластерів малого бізнесу, центрів трансферу технологій та ін.);

- сформувати спеціальні центри та проекти, які дозволять знизити ризики впровадження нових продуктів, технологій;

- сприяти створенню умов для розвитку науковців і викладачів університету у примноженні їх здібностей і потреби у творчості, креативності, самовираженні;

- підтримувати підвищення мобільності у навчанні випускника. Університети повинні пропонувати навчання світового класу в університетах інших країн або розширювати підготовку в своєму університеті, запрошуючи найбільш перспективних вчених зовні;

- забезпечити збалансований підхід до інтелектуальної власності шляхом стимулювання державою інновацій через розробку політики в галузі інтелектуальної власності, яка буде стимулювати новаторські ідеї; уніфікувати умови отримання патентів; знизити витрати на патенти; сприяти розширенню ринку інтелектуальної власності через ріст посередників інтелектуальної власності, фінансування наукових досліджень;

- збалансувати політику щодо університетів по дослідженням, що фінансуються державою шляхом зміщення акцентів з боку зосередження університетів на максимізації доходів, що може обмежувати потік досліджень в галузі, яка, в свою чергу гальмує технічний прогрес і конкурентоспроможність галузі, до більш збалансованого підходу, який більше уваги повинен приділяти соціально-економічній складовій з особливим акцентом на широкому розповсюдженні результатів цих досліджень у суспільстві;

- створити ефективні інноваційні мережі за участю партнерів: університетів, лабораторій, стартап-компаній, транснаціональних корпорацій і уряду для сприяння розвитку малих і середніх підприємств для розробки і реалізації ними інновацій.

1. Інституційно-інформаційна економіка [Текст]: підручник / А.А. Чухно, П.І. Юхименко, П.М. Леоненко; за ред. А.А. Чухно. – К. Знання, 2008.  
 2. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку [Текст]: монографія / В.Д. Базилевич, В.В. Ільїн – К.: Знання-Прес, 2008.  
 3. Черваньов Д.М. Система інноваційного менеджменту: теорія і практика [Текст]: підручник / Д.М. Черваньов – К.: ВПЦ "Київський університет", 2012 р.  
 4. Жилінська О.І. Науково-технічна діяльність у контексті самоорганізації [Текст]: монографія / О.І. Жилінська – К.: Парламентське видавництво, 2010. – 552 с.  
 5. Вірченко В. Інтелектуальний капітал в системі антикризового управління підприємством / В. Вірченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія "Економіка". – Випуск 132. – 2012 – С. 32-34.  
 6. Корнілова І.М. Інноваційні пріоритети розвитку світового господарства [Текст]: монографія / І.М. Корнілова [і др.]; за ред. А.П. Румянцев – К., 2011.  
 7. Модернізація України – наш стратегічний вибір. Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. 2011 р. [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www.president.gov.ua/docs/Poslannya\\_sborka.pdf](http://www.president.gov.ua/docs/Poslannya_sborka.pdf)  
 8. Чесбро Г. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент [Текст] монографія / Г.Чесбро. – М.: Поколение, 2007. – 352 с.  
 9. W.Vanhaverbeke, V.Van de Vrande, H.Chesbrough. Understanding the advantages of open innovation practices in corporate venturing in terms of real options//Creativity and Innovation Management, 17(4), 2008.  
 10. N.Franke, F.Piller. Toolkits for user innovation and design: exploring user interaction and value creation in the watch market // Journal of Product Innovation Management, 21, 6 (November): 2004.  
 11. W.Vanhaverbeke, and T.Bakisi (2010) QOD: Managing open innovation in a low-tech industry SME. ECCH 810-063-1, 18p.  
 12. Ebersberger B., Herstad S.J., Iversen E., Som O. and Kirmer E. (2011), Open Innovation in Europe, Preliminary draft 5/1/2011.  
 13. Черваньов Д.М. Пріоритетні напрями реалізації відкритих інновацій в Україні [Текст]: /Д.М. Черваньов, Л.М.Названова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія "Економіка". – Випуск 136 – 137. – 2012 – С. 4-8.

Надійшла до редколегії 17.12.12

УДК: 330.341.1

А. Степанова, канд. екон. наук, асист.,  
 КНУ імені Тараса Шевченка

## ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІННОВАЦІЙНОГО ФАКТОРУ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В ІННОВАЦІЙНІЙ ТЕОРІЇ ЦИКЛІЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЙОЗЕФА ШУМПЕТЕРА

*Виявлено вплив інноваційного фактору на темпи економічного зростання країн на різних стадіях економічного циклу. Розкрито роль інновацій в подоланні економічної кризи.*

*Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, інноваційний підхід, темпи економічного зростання.*

*Установлено влияние инновационного фактора на темпы экономического роста на разных стадиях экономического цикла. Показано роль инноваций в преодолении экономического кризиса.*

*Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационный подход, темпы экономического роста.*

*The influence of innovation factor on economic growth of countries at different stages of economic cycle. The role of innovation in overcoming the economic crisis.*

*Keywords: innovation, innovation development, innovative approach, economic growth.*

Важелі державного регулювання завжди мали місце в окремих країнах в різні часи їхнього розвитку. Незважаючи на те, що майже не існує країн так званого "соціалістичного табору", де під методами державного регулювання розумілася планова економіка, яка мала цілком директивні методи жорсткої централізації всіх гілок комуністичної влади. Сьогоднішня ситуація така, що навіть Китай вже має винятки, які не відповідають принципам функціонування "соціалістичної економіки". В ринкових і неринкових економіках використовувалися, на перший погляд, близькі методи бюджетно-податкового, кредитно-грошового і інвестиційно-інноваційного регулювання, адже це і є система досить ефективних політик, дві перші з яких повинні бути підпорядковані останній, тобто бюджетно-податкова і кредитно-грошова політики в будь-якій цивілізованій країні спрямовуються на забезпечення ефективного інвестиційного процесу з великою роллю в ньому інноваційної складової.

Серед вчених, що заявили про науково-технічний прогрес та інновації як про фундаментальні чинники

розвитку національної економіки, слід виокремити представників неокласичного (В. Девонс, А. Маршалл, Л. Вальрас, К. Менгер, Р. Солоу), кейнсіанського та неокейнсіанського (Дж. Кейнс, Н. Калдор, Є. Домар, Р. Харрод, Е. Хансен, Дж. Хікс) напрямів економічної науки.

Подальший аналіз впливу технічного прогресу на чинники економічного зростання здійснювали Я. Тінберген, Дж. Мід, Е. Денісон, Й. Шумпетер, М. Кондратьєв, С. Глазьев, Л. Канторович, П. Ромер, Б. Санто, П. Друкер, Г. Менш.

Теоретичні засади та практичні аспекти впливу науково-технічного прогресу на показники економічного розвитку знаходяться в центрі досліджень українських та російських фахівців В. Базилевича, В. Гейця, Б. Малицького, Н. Гончарової, О. Жилінської, Л. Федулової, Д. Черваньова.

Невирішені раніше частини загальної проблеми полягають у різноманітності підходів до трактування ідеї Й. Шумпетера та потребі аналізу сучасного економічного становища через призму вчення видатного економіс-

© Степанова А., 2013

та саме в частині застосуванні інновацій та їхньому впливі на розвиток економіки.

Мета статті – обґрунтування сутності теорії циклічного розвитку Й. Шумпетера та зміни підходів до пояснення причин виникнення та способів розв'язання соціально-економічних проблем, пов'язаних з циклічністю розвитку економіки.

Необхідно враховувати, що в будь-який з періодично повторюваних фаз економічного циклу застосування зазначених вище політик в різних країнах має свої особливості. Теорія періодичності промислових криз і шляхів їх подолання за рахунок бюджетно-податкової і кредитно-грошової політик, які безпосередньо впливають на структурно-інвестиційну та соціально-економічну політики, спрямовані на забезпечення стабілізації, зростання виробничої і невиробничої сфер і покращення життя народу, вперше в світі була запропонована ще в кінці XIX ст. видатним українським вченим Михайлом Івановичем Туган-Барановським. У 1894 р. вийшла його знаменита робота "Промислові кризи в Англії, їх періодичність та вплив на народне життя" [1]. В 1922 р., його учнем, Миколою Дмитровичем Кондратьєвим, була створена теорія "великих циклів кон'юнктури" довжиною 48-60 (в середньому – 54-55) років [2]. Таким чином, цей видатний російський вчений відкрив названі його ім'ям соціально-економічні цикли, які в подальшому набули назву "кондратьєвських довгих хвиль" або "К-хвиль", де в основі початку утворення кожної з яких знаходився, сформований ще в кризовий період попередньої хвилі, кластер взаємодоповнюючих базових інновацій. Останнє положення він визначив як першу емпіричну правильність його теорії "К-хвиль".

Видатний австро-американський вчений Йозеф Алоїз Шумпетер, який називав М.Туган-Барановського "найбільш видатним російським економістом", на початку 10-х років XX століття створив "інноваційну теорію підприємництва", на основі якої вже в 30-і роки розвинув "кондратьєвську циклічну парадигму" в напрямку інноваційної концепції "довгих хвиль", викладену в фундаментальному двотомнику "Ділові цикли", який вийшов у світ в 1939 р. – напередодні другої світової війни [6, 10]. Й. Шумпетер розробив не стільки теорію хвиль, скільки успішний метод для розуміння циклів взагалі.

Метод Шумпетера, по суті, не є міждисциплінарним, оскільки в цих роботах він намагався обмежити рамки аналізу до "економічного життя", життя в якому "тріумфують приватна власність, поділ праці та вільна конкуренція" [5].

Автор розрізняв "фактори зміни", які є ендогенними для капіталізму (війни, революції, соціальні хвилювання, урядова політика, землетруси та вирощування сільськогосподарських культур), і ті, які є екзогенними [11]. Для розуміння ендогенних факторів необхідно збагнути його "Теорії економічного розвитку" – так він назвав свою видатну роботу, яка побачила світ в 1912 р. Він зазначав: "Під розвитком будемо розуміти тільки такі зміни в економічному житті, які не впливають на нього ззовні, а походять від його власної ініціативи, тобто зсередини" [5]. Розвиток – це процес переривчастих змін і неврівноваженості, які викликані інноваціями: "впровадження нових комбінацій" [5].

Інновація відіграла центральну роль у теорії Шумпетера. Він охарактеризував її "як встановлення нової виробничої функції. Це може бути виробництво нового товару, впровадження нових форм організації, таких як, наприклад, злиття, відкриття нового ринку і т. п." [10].

Інновація відрізняється від винаходу, який є, так би мовити, сирим матеріалом для інновації. "Особи, які вводять нові виробничі функції, які відрізняються від відтворюваних старих виробничих функцій і змінюють

пропорції і кількість факторів виробництва в межах останніх, називаються підприємцями" [10].

Інновації вимагають значно більших зусиль, ніж звичайне ведення бізнесу тому, що передбачають впровадження невипробованого. Але якщо новий спосіб виробництва стає відомим іншим підприємцям, їм стає легше "(1) робити саме те ж, (2) покращувати і (3) робити подібні речі в подібних напрямках". Останні два види Шумпетер назвав "індукованими інноваціями", а першу, мабуть, зовсім не можна назвати інновацією. Це пояснює той факт, що інновації розподілені у часі нерівномірно і з'являються пучками або кластерами, до того ж, "в конкретний час розподілені в економічній системі не випадково, а мають тенденцію концентрувати в певних секторах і секторах, пов'язаних з ними". Шумпетер припустив, що інновації впроваджуються новими людьми та новими фірмами. "Інновація дає можливість новій фірмі отримувати прибутки лише деякий час, в кінці кінців вона вибуває з конкуренції та занепадає" [10]. Але є і виключення – випадки гігантських компаній, які є каркасом для змінного персоналу, який в свою чергу послідовно впроваджують інновації. Таке явище Шумпетер назвав трестовим капіталізмом, щоб відрізнити його від конкурентного капіталізму. "Інновації зазвичай потребують створення нового обладнання (або модернізації старого) і вимагають часу і витрат" [10].

Кредит є головним джерелом створення готівкових та безготівкових коштів, а от заощадження з'являються головним чином внаслідок прибутків, які в свою чергу переважно походять від інновацій. Тому за логікою заощадження, зрештою, також утворюються з кредиту. Заощадження визначені, як "виділення домогосподарством частини поточних прибутків для придбання права на доход або для повернення боргу" [10]. Для фірми це називається накопиченням. Заощадження та накопичення відрізняються від утримання від споживання та створення запасів; заощадження в розумінні Шумпетера ніколи не можуть бути причиною кризи. "Ухвалення рішення про купівлі права на дохід назвемо інвестиціями" [10]. Для домогосподарств це означає купівлю акцій, облігацій, землі та нерухомості, а для фірм сюди входять також "витрати на всі види виробничих товарів після заміни", які називаються "реальними інвестиціями". Тому заощадження та інвестиції – різні процеси. Шумпетер застосував рівноважну концепцію в розумінні одного з засновників теорії маржиналізму – видатного французького економіста-математика Леона Вальраса, якщо "кожна фірма, промисловість і домогосподарство не мають жодних стимулів робити щось понад того, що вони вже роблять" [10] Важливість системи Вальраса полягає у тенденції економіки до рівноваги, що і спостерігається в реальному житті. Реальне життя, звичайно, не забезпечує вимоги системи Вальраса, але й не руйнує її значення. Підприємці, проводячи інноваційну діяльність під час висхідної хвилі, переміщують економіку вище рівноважного стану, забезпечують базу для технологічної ренти і, як наслідок, добробуту. Але технологічні ренти зменшуються в міру того, як попередні інновації стають усталеною практикою в економічному житті.

Тому з'являється низхідна хвиля. До даного часу модель обговорювалася так, ніби існує тільки один хвилеподібний рух. Шумпетер стверджував, що ми повинні очікувати нескінченну кількість циклів.

Для аналітичної зручності він заснував трициклічну схему розвитку циклу, визначивши його частини – цикли Кітчина (3-4 роки), Жуглара (7-11 років), Кондратьєва (48-60 років). Шумпетер встановив, що "кожен цикл Кондратьєва повинен містити ціле число циклів Жуглара, який містить ціле число циклів Кітчина" [4]. Його

теорія ґрунтувалася, перш за все, на теорії довгих хвиль Кондратьєва (К-хвиль), який, проаналізувавши деякі макроекономічні показники країн Західної Європи і США з 1790 по 1920 рр., виявив, що значення цих показників синхронно рухаються в довгостроковому періоді. За його теорією, максимуми досягалися приблизно в 1815 і 1873 рр., а мінімуми – в 1845 і 1896 рр. Крім того, під час підйому довгої хвилі зростала кількість воєн і по-

встань і відбувалося залучення нових країн і регіонів до світової торгівлі та до світового розподілу праці. На підставі цих спостережень Кондратьєв зробив довгостроковий прогноз до 2010 року, передбачивши, зокрема, Велику депресію 1930-х років. У таблиці 1 представлено періоди довгих хвиль Кондратьєва та історію світових криз, які відбувалися у рамках кожної К-хвилі (табл.1).

Таблиця 1. Тривалість світових криз і основні сектори втрат

Паніки, кризи й світові депресії	Дати кризи	Тривалість світової кризи	Головна сфера втрат і краху у фінансовій кризі
<b>1 цикл – з 1779 до 1841-43 рр. (фаза зростання – до 1814 г.; зниження – з 1814 до 1841-43 рр.).</b>			
Фінансова криза 1797 р.	1797-1800	3 роки	Торгівля та нерухоме майно
Фінансова криза 1819 р.	1819-1824	5 років	Банкрутва банків
Фінансова криза 1837 р.	1837-1843	6 років	Банкрутво банків, крах валют
<b>2 цикл – з 1844-51 до 1890-96 рр. (фаза зростання – до 1870-75 рр.; зниження – з 1870-75 до 1891-96 рр.).</b>			
Фінансова криза 1857 р.	1857-1860	3 роки	Залізниця та нерухоме майно
Фінансова криза 1873 р.	1873-1879	6 років	Банкрутво банків
Депресія	1873-1896	23 роки	Світова депресія, незважаючи на величезний підйом в економіці
Фінансова економічна криза 1893 р.	1893-1896	3 роки	Залізниця
<b>3 цикл – з 1891-96 до 1929-33 рр. (фаза зростання – до 1914 р., зниження – до 1929 р.).</b>			
Криза 1907 р.	1907-1908	1 рік	Банкрутво банків, викликане новими фінансовими інструментами
Велика депресія	1929-1939	10 років	Глобальна світова фінансово-економічна криза 1929 року. Повний крах фондової біржі, банкрутво банків, торгові війни
<b>4 цикл – з 1929-33 рр. (можливо, до кінця 1930-х рр.) до 1973-75 рр. (можливо, до 1981 р. вища поворотна точка приходить на початок 1950-х рр.).</b>			
Фінансова криза 1937 р.	1937-1942	5 років	Військові конфлікти, Друга світова війна, скандали Уолл Стріт фактично частина Великої Депресії
Нафтова криза 1973 р.	1973-1975	2 роки	У четверо зросли ціни на нафту, інфляція
<b>5 цикл – з 1973-75 до (прогноз) 2010-15 рр.; вища поворотна точка припадає на середину 1990-х рр.</b>			
Криза 1987 р., спад 1990 р.	1987-1991	4 роки	Доларова криза, торгівля, нерухоме майно
Криза кульок dot.com	2001-2003	2 роки	Кульки Dot.com, Sep 11, бухгалтерські скандали
Міжнародна фінансова криза 2008-2009-2010	2008-2009 пік кризи, максимум кризовий рік	1,5 – 2 роки	Нерухоме майно, банкрутво банків

Джерело: [4]

Історія розвитку ринкової цивілізації може бути представлена як виникнення та зміна технологічно-інноваційних укладів або циклів. Починаючи з промислової революції (у Кондратьєва з 1789 р.), послідовно

змінилися чотири великі цикли і зараз розвиток відбувається в руслі п'ятого, започаткованого в 1990 р. Певна їх характеристика міститься в таблиці 2.

Таблиця 2. Періодизація великих циклів інноваційного розвитку за М. Кондратьєвим та Й. Шумпетером

Великі цикли		
Часові рамки	Характеристика циклу	Основний вид енергії
Перший – 1780-1840 рр.	Промислова революція. Фабричне виробництво	Гідроенергія
Другий – 1840-1890 рр.	Парові машини. Залізниця	Енергія пари
Третій – 1890-1940 рр.	Електрифікація. Виробництво сталі	Електрична енергія
Четвертий – 1940-1990 рр.	Автомобілебудування. Виробництво синтетичних матеріалів	Нафта
П'ятий – 1990 р.	Комп'ютерна революція	Нафта. Газ. Атомна енергія

Джерело: [7]

Проте зазначимо, що вибір меж циклів досить умовний. Багато що в аналізі довгих хвиль залежить від вибраної системи індикаторів, на які накладаються глобальні історичні пульсації та тренди.

Що ж стосується прогнозів, то п'ятий економічний цикл 1978-2022 рр., усередині якого зараз знаходиться світ, не є "кондратьєвським". Змінюється загальноекономічне середовище, чинниками циклічності виступають не лише економічні, а й соціально-політичні фактори. Економіка ряду країн, що розвиваються (Китай, Індія та мусульманські країни), проходить по хвилях Кондратьєва із запізненням приблизно в десять років.

Новація у сфері високих технологій, які будуть у майбутньому, генеруються вже в даний час. Очікується, що після безпрецедентного росту, світову економіку в п'ятдесяті роки XXI ст. очікує такий же безпрецедентний

спад і криза. У момент закінчення останнього циклу в 2065 р. чисельність населення Землі наблизитиметься до межі в 12,9 млрд. людей, а світова економіка стане на рейки рівномірного безкризового розвитку. Історичних і економічних циклів більше не буде. Залишаться сезонні цикли, інші цикли екзогенного характеру.

Таким чином, сьогодні справджуються ідеї Й. Шумпетера у поясненні нерівномірності (асиметричності) економічного розвитку країн з різними підходами до інновацій. Учені доводять, що визначальним фактором формування асиметричних економічних циклів, у яких висхідні фази за критерієм тривалості значно перевищують низхідні, є радикальні інноваційні зрушення у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

Сучасні теорії інноваційного розвитку змістили акценти у поведінці людей, сформували у них прагнення до

накопичення знань. Стало очевидним, що економічне зростання країн великою мірою залежить від інноваційної активності підприємницьких структур, від їх прагнень, зусиль і здатності використовувати у своїй діяльності новітні технології, творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, на основі чого вдосконалювати та оновлювати продукцію, отримуючи більші доходи і зміцнюючи свої ринкові позиції.

Незаперечність використання інновацій як основи досягнення стратегічної конкурентної переваги галузей і компаній не вимагає особливих доказів. У фундаментальній праці Майкла Портера "Конкурентна стратегія" прямо вказується: "Кожна успішна компанія застосовує свою власну стратегію. Однак, характер і еволюція всіх успішних компаній виявляються у своїй основі однаковими. Компанія домагається конкурентних переваг за допомогою інновацій. Вони підходять до нововведень у самому широкому сенсі, використовуючи, як нові технології, так і нові методи роботи. Після того, як компанія досягає конкурентних переваг завдяки нововведенням, вона може утримати їх тільки за допомогою постійних покращень. Конкуренти відразу ж і обов'язково обійдуть будь-яку компанію, яка припинить вдосконалення та впровадження інновацій" [3]. Ця аксіома, висловлена вперше Шумпетером і розвинена Портером в його численних книгах з теорії та практики міжнародної конкуренції, стала заповітом для всіх підприємців світу.

У теорії криз протягом ХХ ст. найважливішим підходом залишався "інноваційний підхід", запропонований Й. Шумпетером. Це є цілком виправданим, оскільки економічна історія минулого століття свідчить про те,

що в основі економічного розвитку закладено досягнення науково-технічного прогресу і діяльність господарських суб'єктів по їх втіленню в практику господарювання. Разом з тим, у теорії криз залишається низка малодосліджених проблем, пов'язаних зі складними соціальними перетвореннями, які супроводжують циклічний розвиток економіки та впливають на нього. У цьому й полягає складне завдання подальших досліджень.

1. Туган-Барановский М.И. Промышленные кризисы в современной Англии, их причины и ближайшие влияния на народную жизнь. / М.И. Туган-Барановский. – СПб., 1894. – 368 с. 2. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры. / Н.Д. Кондратьев // Вопросы конъюнктуры. 1925. Т. I. Вып. 1. – С. 28-79. 3. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / М. Портер – М., 2005. 452 с. 4. Соболев В.О. Развитие теории кризис: узагальнення Й. Шумпетера та сучасні підходи / В.О. Соболев // Науковий вісник Чернівецького університету. 2011. Випуск 579-580. Економіка. – С. 35-40. 5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. / Й.А. Шумпетер – М., 1982. – 242 с. 6. Шумпетер Й.А. История экономического анализа. / Й.А. Шумпетер. В 3-х томах. – СПб., 2001. – Т. 3, С. 1539-1557. 7. Яремко Л.А. Нова економіка" та інноваційний розвиток / Л.А.Яремко // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011, №3, Т.1., С. 25-30. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> 8. McCraw T.K. Schumpeter's ascending. / T.K. McCraw // American Scholar. – Summer 91, Vol. 60, Issue 3. – P. 371-392. 9. Heilbroner R. Analysis and vision in the history of modern economic thought. // Journal of Economic Literature, Sep. 90, Vol. 28 Issue 3. – P. 1097-1114. 10. Schumpeter J. Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. / J. Schumpeter. – N.Y.-L., 1939. – 461 p. 11. Schumpeter Joseph Alois. Essays on entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism. // Josef A. Schumpeter; ed. by Richard V. Clemence; with a new introduction by Richard Swedberg.-Transactions Publishers, 1989. 12. Schumpeter in the History of Ideas/Ed. by Yuichi Shionoya and Mark Perlman. – The University of Michigan Press, 1994.

Надійшла до редколегії 18.12.12

УДК 658.8.011.1:658.624

С. Фірсова, канд. екон. наук, доц.,  
КНУ імені Тараса Шевченка

## МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИВЕДЕННЯ ВЛАСНИХ ТОРГОВИХ МАРОК У РИТЕЙЛІ

*У статті узагальнено практичний досвід виведення власної торгової марки (ВТМ) вітчизняним підприємством на продовольчий ринок України, досліджено маркетингову стратегію з виведення ВТМ та оцінено її результати для даного підприємства, сформовано та впроваджено у практичну діяльність заходи з оцінювання привабливості ВТМ компанії.*

*Ключові слова: власна торгова марка (ВТМ), продовольчий роздрібний ринок, ринок власних торгових марок, лояльність споживачів, привабливість ВТМ.*

*В статье обобщен практический опыт выведения собственной торговой марки отечественным предприятием на продовольственный рынок Украины, исследована маркетинговая стратегия по выведению СТМ и оценены её результаты для данного предприятия, сформированы и внедрены в практическую деятельность мероприятия по оценке привлекательности СТМ компании.*

*Ключевые слова: собственная торговая марка (СТМ), продовольственный розничный рынок, рынок собственных торговых марок, лояльность потребителей, привлекательность СТМ.*

*The article summarizes the practical experience of putting own trade mark by the domestic enterprise on the food market of Ukraine. The author has investigated the marketing strategy of putting on the own trade mark and evaluated its results for the enterprise, formed and implemented to the practice the measures for evaluating the attractiveness of company's own trade mark.*

*Keywords: own trade mark (OTM), the food retail market, own trade marks' market, customer loyalty, the OTM attractiveness.*

Наприкінці ХХ століття з'явилась тенденція до послаблення залежності споживачів від торгових марок, особливо на ринках відносно простих товарів, таких як продукти харчування, товари для дому, одяг. Багато споживачів відмовляються сплачувати зайві кошти (від 10 до 40% ціни) тільки за гучне ім'я виробника. З'явилися магазини, які принципово торгують виключно "немарочними" товарами (no brand). Обороти їх досить високі за рахунок відносно низьких цін та широкого асортименту. Репутація деяких настільки висока, що вони ставлять на продукцію безіменних виробників свою торгову марку (private label), підтримка якої для підприємства значно дешевше, ніж підтримка марки виробників. Стратегії створення корпоративних брендів отримали дуже широке розповсюдження у сфері роздрібною торгівлі, внаслідок чого компанії ритейлери часто

сприймаються як самостійні бренди, а не як розповсюджені марок виробників. Багато ритейлерів надають суттєві переваги своїм покупцям, які тепер проявляють більшу лояльність до брендів ритейлерів, аніж до брендів виробників. Така зміна відбулась тому, що ритейлери почали орієнтуватись на маркетинг і розвиток приватних марок. Нагородою за увагу до потреб і бажань клієнтів стала для ритейлерів довіра і лояльність з боку покупців.

Питання теоретичного обґрунтування суті та принципів формування систем торговельного обслуговування та організації діяльності підприємств торгівлі були предметом розгляду таких відомих авторів, як Л.А. Брагіна та Т.П. Данько, І.О. Бланк, Г. Джоунз, проте в їхніх працях досліджувався загальний комплекс діяльності торговельного підприємства (зокрема роздрібною), натомість мало уваги приділялося питанням форму-