

ДОСЛІДЖЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Камінська Марта, Рогуля О. Ю.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

rogulya_olga@ukr.net

Ефективна маркетингова діяльність фармацевтичних підприємств ґрунтується на системних засадах реалізації інноваційної політики, важливими компонентами якої є впровадження у виробництво нових лікарських засобів, їх подальша комерціалізація та дифузія на ринку. В кінцевому результаті якісне здійснення інноваційної політики дозволяє набути тривалих конкурентних переваг на ринку. У звіті Світового банку Республіка Польща визнана однією з найбільш привабливих для інновацій екосистемою у світі. Прогнозується, що до 2023 року додана вартість, створена інноваційними проектами, може скласти 2,2 млрд. злотих, а кількість нових робочих місць досягне 50 тисяч.

Державна інноваційна політика у Польщі орієнтована на стимулювання створення сприятливого клімату для інноваційних процесів та виступає з'єднуючою ланкою між сферою наукової та інноваційної діяльності і виробництвом. Як приклад державного впливу можна назвати застосування системи пільг щодо податку на прибуток при умові його використання на інвестування інновацій та введення системи податкового кредитування приросту обсягів витрат підприємств на дослідження та розробки.

На даний час основними пріоритетами програми інноваційного розвитку у Польщі є дослідження та створення сучасних технологій, розвиток інфраструктури в сфері наукових досліджень; залучення капіталу для інновацій, поширення інновацій, позиціонування польської продукції на міжнародному ринку тощо.

Основою стратегії інноваційного розвитку у фармації є капітал для інновацій, що передбачає ініціювання інноваційної діяльності, підтримку венчурних фондів, а також створення системи, яка б сприяла залученню приватних інвестицій. Перспективним для розвитку інноваційної діяльності у країні є податкові пільги для іноземних інвесторів, у тому числі й власників стартапів, а також звільнення від сплати податків протягом перших двох років діяльності, наявність спеціальних економічних зон. Прикладом механізму сприяння розвитку інновацій у Польщі є технологічний кредит. Національний банк Польщі здійснює погашення частини технологічного кредиту у вартості, що відповідає 20 % технологічних інвестицій.

З огляду на актуальність вищезазначеного метою дослідження є визначення напрямів удосконалення інноваційної політики фармацевтичних підпри-

ємств. Під час дослідження нами встановлено найбільш вагомі напрями стратегічного розвитку фармацевтичної галузі, які ґрунтуються та пов'язані із інноваційною активністю підприємств-виробників лікарських засобів. При дослідженні використано метод експертних оцінок з модифікацією базисної методики для конкретних досліджень.

Встановлено, що на думку 81,2% експертів пріоритетним завданням є створення стратегічних альянсів між фармацевтичними виробниками. Слід зауважити, що саме цей напрям є одним із напрямів взаємодії та укрупнення можливостей суб'єктів світового фармацевтичного ринку, що найбільше розвиваються на даний час. Інновації з метою посилення вимог до ефективності та нешкідливості лікарських засобів стратегічно важливим вважають 79,7% експертів, про важливість формування соціальної відповідальності перед споживачами та суспільством в цілому зазначили 72,5%. Серед експертів 72,5% відмітили як стратегічний напрям розробку інноваційних ліків та ще 69,6% указали на важливість збільшення фінансування інноваційної діяльності.

Під час дослідження встановлено, що серед ймовірних мотивів, які спонукають виробників фінансувати інновації, названо прагнення сформувати бренд та досягти нарощування грошових надходжень (відмітили 87,0% та 82,6% експертів відповідно). Прагнення збільшення частки ринку відмітили 76,8% експертів. Для 72,5% експертів мотивацією до впровадження інновацій є прагнення поліпшити імідж компанії на ринку, що є ознакою організацій, які розвиваються і намагаються знайти своє обличчя, гармонійні способи взаємодії із соціумом. Позитивний імідж дає змогу компанії зберегти постійних партнерів і клієнтів, залучати нових споживачів товарів, нарощувати обсяги продажу, залучати нових інвесторів і тим самим збільшувати капіталовкладення у власний розвиток.

У своїй комплексній значимості позитивний імідж підтримує високу конкурентоспроможність виробників та їх продукції порівняно з конкурентами, що забезпечує компанії більшу доступність до матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Про це свідчать відповіді 69,6% експертів, які відмітили підвищення конкурентоспроможності нових продуктів як мотив здійснення інноваційної діяльності.

Формування результативної системи стимулювання інновацій належить до основних завдань, які повинні бути вирішені у процесі мотивування працівників підприємств, що в свою чергу потрібно розглядати як вид управлінської діяльності, який забезпечує побудження працівників до дій, спрямованих на досягнення особистих цілей та цілей організації.

Як свідчать результати опитування, найвагомим матеріальним стимулом прямої дії до реалізації інновацій для 75,4% експертів є розмір заробітної платні, для 62,3% — такими стимулами є надбавки, для 59,4% — премії.

Серед матеріальних стимулів непрямої дії інноваційної активності 68,1% експертів відмітили фінансування участі у програмах професійного розвитку, якими можуть бути тренінги, семінари, вебінари тощо. Слід зауважити, що лише 17,4% відмітили право на інтрапренерство як стимулюючу форму, тоді як інтрапренерство є елементом інноваційної діяльності та формою внутрішнього підприємництва, яка є у великих корпораціях і направлена на децентралізацію прийняття рішень та виконання завдань.

Результати експертного опитування демонструють, що така форма нематеріальних стимулів прямої дії, як зміна статусу підрозділу і керівництва залежно від успіху інновації вагома лише для 39,1%, а створення можливостей для розвитку кар'єри — для 75,4% експертів. Отримані результати показують, що ця група стимулів, не зважаючи на їх малочисельність, є досить вагомою в системі мотивації до інноваційної діяльності.

Узагальнена структура відповідей щодо оцінки вагомості нематеріальних стимулів непрямої дії до реалізації інновацій демонструє, що для 58,0% експертів таким є право самостійності у виборі наукової тематики досліджень, для 55,1% — політика розвитку професіональних навичок персоналу, для 44,9% — політика формування стабільності персоналу та для 43,5% — заохочення групової роботи. На наш погляд, саме останній стимул є перспективним для впровадження виробниками, так як тимбілдинг є формою взаємодії колективу, підвищення командного духу, покращення атмосфери в компанії засобом профілактики емоційного вигорання на робочому місці.

Оцінка результатів інноваційної діяльності є актуальною проблемою, так як вона пов'язана з визначенням оціночних критеріїв (показників). Особливістю оцінки результатів в інноваційній сфері є багатокритеріальність та наявність об'єктивних та суб'єктивних характеристик. Під час дослідження встановлено, що для 75,4% доступність матеріальних і трудових ресурсів для реалізації інновацій є важливим критерієм ефективності інновацій. На думку 73,9% такими є можлива прибутковість нововведень та рівень необхідних капіталовкладень. 68,1% вважають, що інновація доцільна для впровадження, якщо вона має достатній рівень патентної чистоти.

Визначено фактори, які негативно впливають на розвиток та стан інноваційної діяльності. Згідно результатів опитування, такими чинниками є зменшення прибутку та падіння рівня рентабельності у галузі (указали відповідно 78,3% та 72,5% експертів), відсутність стратегії і програми розвитку (71,0%) та зниження інвестиційної активності (68,1%). Таким чином, фармацевтичним виробничим підприємствам важливо нівелювати вплив дестимулюючих факторів та оптимізувати дію факторів, які сприяють активізації інноваційної діяльності.