

Список літератури

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». Наказ Мінфіну України від 20.10.99р. №246.
2. Ковальчук І.В. Реальна економіка: навчальний посібник з економіки підприємства. – К.: ВІПОЛ, 2004. – 393 с.
3. Мамонтова Н.А. «Умови забезпечення фінансової стійкості виробництва» Фін. Укр. - №8 - 2000р. - С. 103 - 106.
4. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ За редакцією О.П. Крайник/ - Львів: Національний університет „Львівська політехніка” (Інформаційно-видавничий центр „ІНТЕЛЕКТ+” Інституту післядипломної освіти), „Інтелект-Захід”, 2003.-208 с.
5. Основи підприємницької діяльності: Підручник / Мочений В.І., Устинко А.Н., Чоботар В.В. - К., 2001. – 170 с.
6. Фінансовий менеджмент./ навчальний посібник:/ За редакцією професора Г.Г. Кірейцева.- Київ: ЦУЛ, 2002 р.
7. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Підручник / За ред. Коробов К.-К., 2000. – 380 с.

Elena Bogdanova

Kirovograd National Technical University

Ekonomicheskaya essence, klasifikaciya and sources of forming of oborotnikh assets

In the article the different looks of authors are considered in relation to economic essence, classification, sources of forming of circulating assets, and their place in general ob"emi resources which determine the economy of enterprise.

circulating assets, economic theory, classification of circulating assets, forming sources

Одержано 13.06.13

УДК 338:45(621)

Ю.В. Великий, доц., д-р екон. наук

Чорноморський державний університет ім. П. Могили, м. Миколаїв

Інноваційність як засіб забезпечення конкурентних переваг машинобудівних підприємств

У статті розглянута сутність інноваційної діяльності машинобудівних підприємств, а також її роль в забезпеченні конкурентних переваг підприємства.

машинобудівні підприємства, інноваційна діяльність, технології

Ю.В. Великий

Черноморский государственный университет им. П. Могилы, г. Николаев

Инновационность как средство обеспечения конкурентных преимуществ машиностроительных предприятий

В статье рассмотрена сущность инновационной деятельности машиностроительных предприятий, а также ее роль в обеспечении конкурентных преимуществ предприятий.

машиностроительные предприятия, инновационная деятельность, технологии

Постановка проблеми. Розвиток машинобудування України є основою науково-технічного прогресу у всіх галузях економіки та забезпечення їх конкурентоспроможності. Його завдання – випуск машин та обладнання високотехнологічного рівня, які повинні підвищити продуктивність праці, сприяти зниженню матеріалоємності, енергоємності та покращенню якості продукції. Проте це завдання можливо виконати лише на основі інноваційності, яка забезпечить конкурентні переваги підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі інноваційності як засобу забезпечення конкурентних переваг приділяють увагу такі вітчизняні вчені як Краснокутська Н., Ілляшенко С., Парсяк В., Федулова Л., Чумаченко С. та інші. Віддаючи належне проведеним дослідженням, варто зауважити, що недостатньо дослідженими залишаються аспекти визначення місця та ролі інноваційності як засобу забезпечення конкурентних переваг машинобудівних підприємств.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає в узагальненні теоретичних підходів до визначення інноваційності як засобу забезпечення конкурентних переваг машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Галузева структура машинобудування України дуже різноманітна. Найбільш розвинутими є: транспортне, сільськогосподарське машинобудування, верстатобудування, приладобудування, радіотехнічне та електротехнічне виробництво, обладнання для інших галузей промисловості, особливо хімічної та харчової. Серед галузей машинобудування України особлива роль належить важкому машинобудуванню. Його підприємства виробляють обладнання для атомної енергетики, металургійних компаній, газотранспортної мережі та ін. Головною продукцією важкого машинобудування є: бульдозери, екскаватори, самоходи, обладнання для одержання ливарних форм, крани самохідні й стаціонарні, навантажувачі самохідні, самоскиди, комбайни прохідні та ін.

Щодо електротехнічної промисловості, то ця галузь електротехнічні апарати, спеціалізоване обладнання та інші технічні вироби, які призначені для виробництва, передачі електроенергії. При цьому вона має велике значення для механізації та автоматизації виробничих процесів не лише машинобудівного комплексу, а й інших галузей економіки. Ця галузь випускає таку продукцію: електрогенератори різних видів струмів, електричні двигуни, лампи різних видів напруги, електротехнічну продукцію та ін.

Протягом тривалого часу суднобудування було пріоритетним напрямом розвитку машинобудівного комплексу. Основні види його продукції: судна вантажні та вантажопасажирські, судна технічні та допоміжні, судна та човни прогулянкові, судна моторні та веслувальні. Проте поточний стан суднобудування (2006-2011 рр.) свідчить про наявність серйозних проблем, пов'язаних із зменшенням замовлень на вищеперераховану продукцію.

В країні відсутнє потрібний обсяг виробництва таких видів сільськогосподарської техніки, як трактори, спеціальні сівалки, різноманітна техніка для фермерських і приватних господарств.

Спостерігається нестабільність та коливання обсягів виробництва багатьох видів машин для рослинництва. Машинобудівний комплекс втрачає кваліфіковані кадри. Так, якщо в 2001 році в ньому було задіяно 958 тис. працівників, то у 2011 році їх кількість становила 578 тис., тобто зменшилася майже на третину. Машинобудування також має одну з найменших середньомісячних заробітних плат у промисловості країни. Якщо в металургійному виробництві середньомісячна заробітна плата в 2011 році склала 2916 грн., хімічній та нафтохімічній галузях – 1363 грн., у добувній

промисловості – 3539 грн., то в машинобудівній цей показник у 2011 році склав лише 2262 грн. [1, с. 391].

Слід зауважити, що завдання з підвищення конкурентоспроможності машинобудування ставились практично в усіх програмних документах урядів України. Визначився і головний напрям його розв'язання, а саме: активізація інноваційно-інвестиційної діяльності всіх суб'єктів господарювання.

Для покращення ситуації необхідно застосувати ефективні механізми економічної політики. Мова йде про досягнення збалансованості всіх важелів економічного зростання та підвищення машинобудування, спираючись на активну інноваційну політику держави. Завдання полягає в досягненні конкурентних переваг, підвищенні ролі стратегічного планування й управління на всіх ієрархічних рівнях, підвищення інституційної спроможності держави та компаній активно і гнучко реагувати на зміни глобального середовища та здійснювати довгострокові структурні зрушення на інноваційній основі.

Щодо стану тенденцій, загроз та шансів розвитку машинобудування України, то схематично вони відображені автором на рис. 1.

Це мало суттєво збільшити прошарок інноваційно-активних підприємств та їхній внесок в економічне зростання та продуктивну діяльність. Проте ці завдання не виконувались і не виконуються на сьогодні.

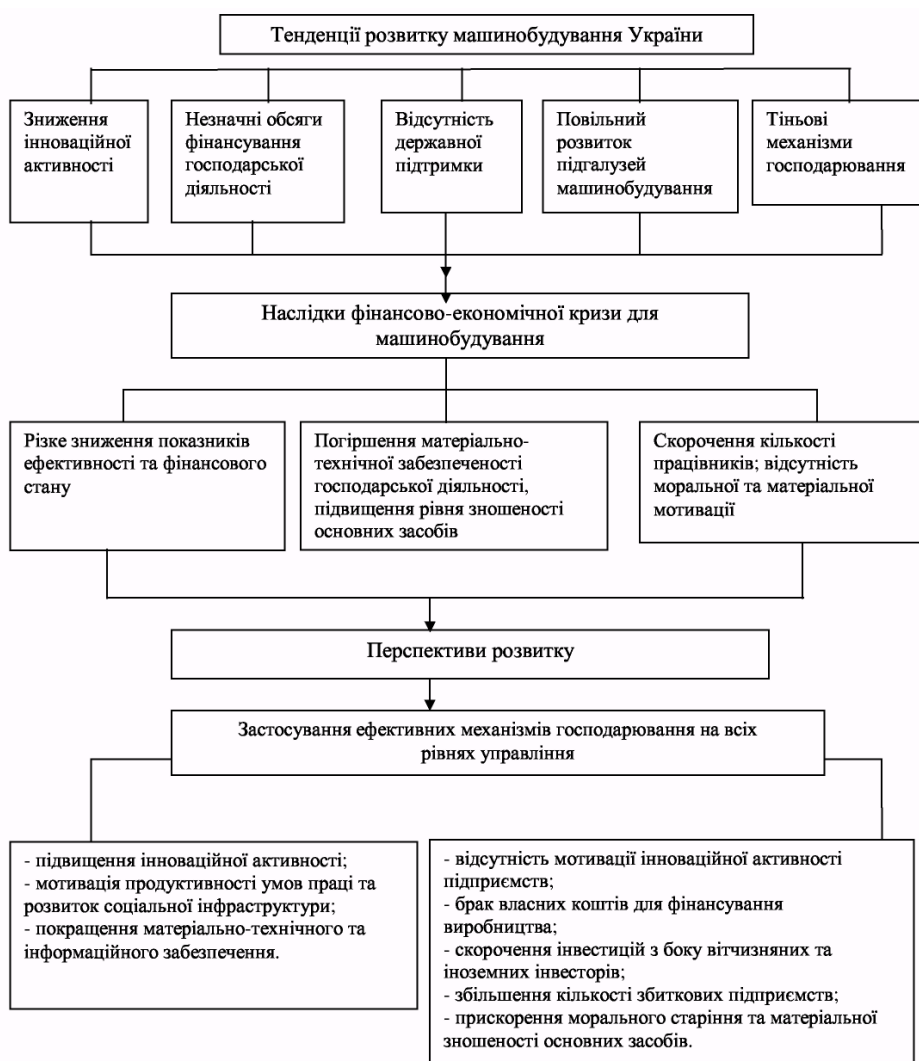


Рисунок 1 – Характеристика стану, загроз та шансів, тенденцій розвитку машинобудування України

На нашу думку, це пов'язано із наслідками приватизації машинобудівних підприємств, яка у переважній більшості не супроводжувалася створенням конкурентного середовища. А, як відомо, приватний власник активізує інноваційну діяльність в умовах жорсткої конкуренції. Після приватизації господарі підприємств були зорієнтовані на отримання швидких доходів, а не на розвиток інноваційного потенціалу. Відсутність останнього пояснювалася застарілою законодавчою базою, яка була спрямована на регулювання процесу розвитку інноваційного матеріалу. Постійні зміни господарського права приватизаційних моментів, нестабільність податкових аспектів посилюють різного роду ризики, у тому числі й інноваційної діяльності, результати якої можна очікувати загалом у довгостроковій перспективі.

У той самий час приватний бізнес отримав при приватизації, як правило, технологічно відсталі машинобудівні підприємства. Нові власники, не бажаючи вкладати кошти в інновації, застосовували стратегію використання західних технологій та обладнання. Така діяльність була вигідна іноземним компаніям, які часто створювали спільні машинобудівні підприємства з національним бізнесом. Поєднуючи створені за кордоном технології і обладнання з місцевою робочою силою, створювались усі сприятливі умови, необхідні для просування на національний ринок їхньої продукції.

На думку автора, те, що машинобудівні підприємства імпортували технології за низькими цінами і з мінімальним ризиком – це позитивний процес. Так ми інтегрувалися в глобалізовану економіку. Проте тут є і негативна сторона – машинобудівні підприємства не використали обладнання власних українських підприємств і національні науково-технічні розробки.

Україна поставила перед собою амбітне завдання: у 2020 році вийти у 20-ку найбільш розвинених країн світу. Для цього, на нашу думку, необхідно:

- скорочення критичного відставання України від розвинених країн за якістю державних інституцій, макроекономічного та підприємницького середовища, інноваційної складової розвитку, інфраструктури;

- підвищення технологічного рівня виробництва для посилення адаптивності економіки до зовнішніх потрясінь і виведення країни на траєкторію стійкого динамічного зростання з ефективним використанням людського, виробничого і природного капіталу.

Для забезпечення конкурентних переваг машинобудування має відбутися якісний економічний прорив: спочатку в індустріальне, а потім у постіндустріальне суспільство. Основою такого прориву має бути високотехнологічна індустріалізація з подальшим зосередженням ресурсів на підтримку постіндустріального розвитку з усіма атрибутами економіки знань. При цьому особлива увага має приділятися формуванню організаційно-економічного механізму реалізації заходів по забезпеченню інноваційності машинобудівних підприємств щодо підвищення конкурентоспроможності. До речі, даний аспект відображено у відповідних програмних документах багатьох країн як із розвинутою, так і перехідною економікою.

Слід зауважити, що концепції підвищення конкурентоспроможності та інноваційної діяльності машинобудування, як і країни в цілому, знаходяться в тісному зв'язку, доповнюючи одна одну.

Конкурентоспроможність ми розглядаємо як здатність країни забезпечувати конкурентні переваги продукції на зовнішніх ринках та високу динаміку зростання доходів населення з урахуванням процесів глобалізації. Це означає, що відповідна політика має постійно бути спрямована на забезпечення спроможності машинобудівних підприємств продукувати новітні науково-технічні ідеї, доводячи їх до своєчасного впровадження.

Інноваційна діяльність як процес виробництва, адаптації та використання нововведень у різних сферах економічної діяльності, є важливим джерелом конкурентних переваг та економічної динаміки в умовах стрімкої зміни глобального середовища. Спільним для обох концепцій є їхня мета – визначення важелів та механізмів державної політики для підтримання в активному стані спроможності машинобудівних підприємств до оновлення в умовах конкуренції.

Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності довгий час розглядалося як життєво необхідна політика лише індустріально розвинутими країнами, які спроможні концентрувати значні ресурси в науково-технічній сфері і, відповідно, конкурувати за найбільш новітніми технологіями. Головний напрям руху таких країн – ставати більш спеціалізованими у знаннєємних секторах, де діяльність дає можливість отримання набагато більшої доданої вартості, більших прибутків, а також створювати глобальні дослідницькі мережі та ланцюжки з їх забезпечення, що виходять далеко за національні кордони.

У той же час «нові індустріальні країни», зокрема Сингапур, Тайвань, Південна Корея, Малайзія, а згодом і Китай, не маючи достатніх інвестицій та суттєвого доробку в технологічній сфері, йшли шляхом запозичення технологій, перетворення їх на комерційно значимі товари та послуги, виходячи з ними на міжнародні ринки. Впроваджуючи політику запозичення, ці країни водночас робили великі стратегічні інвестиції для розбудови своєї технологічної спроможності, здійснювали реформування наукової сфери та освіти, створювали сучасну інноваційну систему. Успіх цих країн довів, що найголовнішою у зміцненні конкурентоспроможності є здатність не стільки створювати нові технології, скільки забезпечувати швидке поглинання ринком і виробництвом технологічних інновацій, як створених у країні, так і залучених іззовні. Тобто має бути створений трансмісійний механізм, що трансформує технологічні можливості країни в економічні результати.

Такий механізм у своїй основі повинен спиратися на регуляторні правила та інституції, що забезпечують як створення, так і швидке просування нових продуктів і технологій на ринок та у виробництво. Загалом же мова йде про формування національної інноваційної системи (НІС), яка має охоплювати всю мережу суб'єктів господарювання, ефективність яких дозволяє створювати, впроваджувати, модифікувати та розповсюджувати нову техніку й технології в даній країні, а також визначати пріоритети державної політики у цій сфері, акумулювати фінансові ресурси для інноваційної діяльності та генерації відновних знань.

Цікаву концепцію конкурентних переваг запропонував М. Портер [2, с. 119-130; 3, с. 141-180]. Він сформулював детермінанти таких переваг і виділив фактори, які впливають на їх формування. Це переваги низького рангу: сировина, дешева робоча сила, масштаби виробництва. До переваг більш високого рівня він відніс репутацію фірми, зв'язки з клієнтами, інвестиційну привабливість фірми, мету й мотивацію господарів, менеджерів і персоналу. Велику роль у створенні конкурентних переваг відіграють успішно діючі маркетингові підрозділи, а також фірми, які володіють широкою і точною інформацією про ринки, конкурентів, товари і технології.

Однак, на нашу думку, ці фактори мінливі і не дозволяють довго утримувати конкурентні переваги. Необхідно постійно бути готовими до корінних змін у діяльності фірми, визначити стратегічні фактори, які забезпечують вигідні позиції в конкурентній боротьбі. Іншими словами слід володіти конкурентними перевагами найвищого порядку, до яких зокрема належать: запатентована технологія, диференціація на основі новизни товарів або послуг, високий професіоналізм персоналу та ін. Отже, найважливішим джерелом створення й утримання конкурентної переваги є постійне оновлення техніки і технології, динамічний інноваційний розвиток виробництва.

До речі, у формуванні конкурентних переваг фірми І. Ансофф особливого значення надає високому рівню якості НДДКР та стратегічним технологічним факторам. До них відносяться інвестиції в НДДКР, нова технологія і динаміка її розвитку, позиція в конкурентній боротьбі, динаміка оновлення продукції і конкурентоспроможності фірми [4, с. 119].

Найважливіші конкурентні переваги машинобудівного підприємства представлені автором в табл. 1. За цими даними можна визначити пріоритетність у їх формуванні та здійснити відповідні оцінки:

- пріоритетності та відносної важливості відповідного фактора;
- рівня та інтенсивності участі факторів у стратегії підприємства;
- характеру взаємозв'язків технологічних конкурентних переваг з економічними, ринковими, соціально-політичними зовнішніми умовами;
- існуючих розривів між необхідними змінами і установленими умовами функціонування підприємства, а також її стратегією і економічну поведінку.

Таблиця 1 – Формування конкурентних переваг машинобудівного підприємства

№	Фактори	Рівень розвитку			Пріоритетність у балах від 1 до 10
		низький	середній	високий	
1	Інвестиції в НДДКР				7
	Доля витрат на НДДКР, % від прибутку			+	
	Доля витрат на ДР (дослідницькі розробки), % від прибутку	+			
	Доля витрат на ДКР, % від прибутку			+	
2	Динаміка нової технології				8
	Частота появи нових технологій			+	
	Число конкуруючих технологій		+		
	Тривалість життєвого циклу		+		
3	Динаміка нової продукції				6
	Частота появи нової продукції			+	
	Технологічна новизна	+			
	Тривалість життєвого циклу			+	
4	Динаміка конкурентоспроможності				4
	Інтенсивність технологічних різноманітностей		+		
	Використання технології як знаряддя конкуренції	+			
	Інтенсивність конкуренції			+	
5	Позиція в конкуренції				9
	Лідерство в НДДКР		+		
	Лідерство в розробці технологій			+	
	Лідерство в розробці нової продукції			+	

Стратегія формування конкурентних переваг повинна бути економічно, технологічно і соціально обґрунтованою. При цьому слід опиратися на варіантний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища.

Так, на формування конкурентних переваг чинять вплив динаміка попиту, купівельна спроможність, соціально-політичні обмеження, інтенсивність конкуренції, структура ринку і поведінка його учасників, а також інфраструктурні та інституційні аспекти тощо.

Максимальне нарощування конкурентних переваг можливе в «ідеальній» моделі, якщо машинобудівне підприємство володіє досконалою технологією, має до себе значний інтерес зі сторони споживачів, для неї створені оптимальні канали в просуванні товарів, а на її продукцію є значний попит та відсутня недобросовісна конкуренція і т. п.

Найбільш успішна реалізація стратегії конкурентних переваг базується на створенні підприємством інноваційної монополії, оскільки саме вона сприяє створенню найкращої для себе конкурентної ситуації. На олігопольному ринку вирішальний вплив на зовнішні конкурентні переваги чинять реакція покупців і поведінка конкурентів. А найкращі умови для внутрішніх конкурентних переваг на такому ринку створюються на основі політики диференціації, застосування нової технології і особливо унікальної продукції, яка має високу цінність для споживачів [5, с. 97].

Найважче виявляється утримати зовнішні конкурентні переваги на ринках досконалої конкуренції, оскільки вона характеризується присутністю великої групи продавців, які протистоять великій групі покупців. Товари на такому ринку повністю взаємозамінні, не диференційовані, а ціни визначаються тільки співвідношенням попиту і пропозиції. Підприємства не мають жодної можливості диктувати свої умови, мають дуже низький потенціал впливу на ринок і характеризуються фактично повною відсутністю ринкової сили. На таких ринках домінує стандартизований продукт і стратегія підприємства спрямована на досягнення низьких витрат [6, с. 194].

Цінність конкурентних переваг по витратам на таких ринках достатньо висока, але утримати конкурентну перевагу досить важко. Будь-який технологічний прорив конкурентів може звести нанівець завойовані переваги лідера по зниженню витрат. Тому машинобудівні підприємства мають формувати стратегію і тактику утримання конкурентних переваг шляхом впровадження високих технологій, широкої диференціації новизни і якості товару, випереджувального інноваційного маркетингу, який дозволяє задовольнити різноманітні запити покупців і т. ін.

Розробляючи та координуючи дії по утриманню і удосконаленню конкретних переваг важливо визначити динаміку життєвих циклів таких переваг, жорсткість обмеження і використання конкретних факторів, можливості тиску зовнішніх і внутрішніх умов та наявності «вузьких місць».

Процес створення і утримання конкурентних переваг має високу невизначеність і високий рівень ризику. Особливість процесу створення і утримання конкурентних переваг відображена автором в табл. 2.

Конкурентні переваги досягаються за рахунок творчої наступальної стратегії, яка має протистояти конкурентам. Оборонні стратегії допомагають захистити, зберегти і продовжити життєвий цикл інновацій. Тривалість же етапу створення переваги залежить від характеристики конкуренції в галузі, унікальності товару, ступеня новизни, технології і загрози появи нових конкурентів.

Наступальна стратегія дає можливість машинобудівному підприємству створити конкурентні переваги за короткий період, якщо підприємство:

- проводить розробку широкого спектра технологій, здатних стати домінуючими;
 - проводить розробку широкого спектра технологій, здатних стати домінуючими;
 - здійснює широкий спектр пошукових НДДКР, при яких нові технологічні рішення відповідають новим потребам;
 - її організаційні структури та виробничі системи спрямовані на адаптацію до ринкових запитів;
 - виробляє різноманітний набір товарів, з поліпшеними їх характеристиками.
- Проте діяльність суб'єктів господарювання може бути успішною за умови, коли стратегію диференціації застосовує невелика кількість конкурентів.

Таблиця 2 – Створення і утримання конкурентних переваг машинобудівним підприємством

Тип діяльності	Характеристики
Об'єкт управління	Висока невизначеність, не детермінованість, мінливість
Тип управління	По слабким сигналам
Тип інновацій	Радикальні технологічні, технічні, продуктові
Тип НДДКР	Широкий спектр ДР – від розробки ідеї до застосування у виробництво
Тип маркетингу	Випереджувальний, креативний
Тип поведінки	Лідер-новатор
Тип стратегії	Наступальна, стратегія диференціації

Безумовно, підтримання високого рівня конкурентних переваг необхідно забезпечувати на всіх етапах життєвого циклу товарів.

На етапі зародження конкурентної переваги машинобудівне підприємство має визначати його концепцію і здійснювати інвестиції в найбільш важливі елементи стратегічного й інноваційного потенціалу її розвитку. Цей період повинен проходити в короткі строки, оскільки від цього залежить можливість забезпечити довготерміновість успіху підприємства.

На етапі прискороного нарощування конкурентних переваг діяльність підприємства повинна бути заснована на радикальних перетвореннях, створенні системи взаємозв'язків з партнерами, постачальниками, суміжниками, споживачами, спорідненими виробництвами тощо.

Уповільнення росту фірми пов'язано, як правило, з появою конкурентів та з наявністю негативних тенденцій розвитку. На цьому етапі вирішальною умовою збереження конкурентних переваг є оновлення технологій, підвищення техніко-організаційного і технологічного рівня виробництва, удосконалення професіоналізму персоналу і розростання заходів з організації інвестицій у нові проекти. На цьому етапі відбувається ще невидима боротьба між здібностями підприємства розвивати й утримати переваги та активізацією намірів конкурентів [7, с. 39].

Період зрілості пов'язаний з підтриманням рівня накопичених конкурентних переваг і максимальним використанням ресурсів. Тривалість періоду «пожинання плодів» може коливатися в значних межах і залежить від:

- рівня наукомісткості виробництва;
- радикальності застосовуваних технологій;

- ступеня новизни і споживчих якостей товару;
- відповідності дій підприємства очікуванням споживача;
- супутніх законодавчих, фінансово-кредитних, митних та ін. заходів;
- можливостей конкурентів;
- ступеня жорсткості конкурентної боротьби;
- можливостей підприємства перейти в нові сегменти, ринки або в нові галузі;
- ступеня диверсифікацій діяльності підприємства [8, с. 129].

Щодо можливостей втрати конкурентних переваг, то вони закладені у старінні багатьох елементів виробництва, НДДКР, маркетингу, а також появи могутнього конкурента з більш міцною ринковою позицією, зміні навколишнього середовища, погіршенні соціально-політичного та інвестиційного клімату.

Для продовження часу процвітання і недопущення втрати конкурентної переваги машинобудівне підприємство повинно проводити постійне системне оновлення діяльності і багатократні стратегічні наступи.

Підприємство повинно не тільки швидко і гнучко реагувати на зміну ринкової ситуації, але й оперативно змінювати технологічну базу виробництва, асортимент випускаючої продукції. На характер цих заходів впливає вибір шляху подальшого розвитку і відповідних способів технічного і технологічного оновлення.

Доцільність використання того чи іншого способу технологічного оновлення залежить від конкретної економічної ситуації. Системне оновлення машинобудівного підприємства, засноване на зміні виробничих технологій, може відбуватися різними шляхами: купівлею ліцензій і ноу-хау, проведення НДДКР силами підприємства, створенням спеціальних організаційних проектних і венчурних структур і підрозділів. Купівля нових технологій може відбуватися за рахунок злиття і поглинання компаній, які володіють такими технологіями, або за рахунок створення спільних підприємств, міжфірмових альянсів і т. ін.



Рисунок 2 – Можливі варіанти оновлення виробництва

Стратегічно – це для компанії вибір варіанта оновлення інтернального характеру, тобто застосованого на власних розробках і на підвищенні технологічного, науково-технічного й організаційного рівня виробництва. Другий шлях ґрунтується на екстремальних умовах оновлення. Можливості технічного оновлення підприємства продемонстровано автором на рис. 2.

Висновки з проведеного дослідження. Стратегія інноваційного розвитку машинобудівного підприємства, галузі, є основою створення й утримання конкурентних переваг, направлена на максимальне задоволення потреб з одного боку, і усестороннє використання можливостей виробництва, інноваційного науково-технічного і інтелектуального потенціалу підприємства – з іншого.

Вплив інноваційної діяльності на забезпечення конкурентних переваг потребує подальшого дослідження і вивчення у зв'язку з посиленням конкуренції на ринку машинотехнічної продукції.

Список літератури

1. Статистичний щорічник України за 2011 рік: стат. зб./ [за ред. О.Г. Осауленка]; Державна служба статистики України. – К.: ДП «Інформ. Аналіт. Агентство», 2012. – 558 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; [пер. с англ.; под ред. В.Ю. Щетинина]. – М.: Международные отношения, 1993 – 393 с.
3. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К.: Основи. 1998. – 390 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 2003. – 415 с.
5. Азарян О.М. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємств машинобудування; [монографія] О.М. Азарян, А.С. Болдирева – Донецьк: ДОН НУЕТ, 2011. – 234 с.
6. Потенциал инновационного развития предприятия: [монография] / С.Н. Козьменко. – Сумы: Деловые перспективы, 2005. – 256 с.
7. Аньшин В.Н. Маркетинг нововведений / В.Н. Аньшин. – М.: РЭА. 2007. – 507 с.
8. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: [учебн. пос. для вузов] / Балабанов И.Т. – СПб.: Питер, 2004 – 309 с.

Yuriy Velikiy

Black Sea State University named Petro Mogila, Mykolayiv

Innovation as a means of competitive advantage engineering companies

The study is a synthesis of theoretical approaches to the definition of innovation as a means to ensure competitive advantages of machine-building enterprises. The author gave a description of the state, threats and opportunities of engineering Ukraine. Author identified the most important competitive edge engineering company based on innovation: investment and innovation, the share of expenditure on innovation as % of revenue, the dynamics of new technology, the incidence of new technologies, the duration of the life cycle of product innovation, the intensity of technological diversity, leadership in technology development, leadership in the development of new products, etc. The strategy of competitive advantages based on innovation should be economically, technologically and socially feasible. It should be based on analysis of a variant of the external and internal environment.

machine-building enterprises, innovation, technology

Одержано 04.09.13