

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**Колесов С. В.**

Обоснована роль инновационных факторов конкурентоспособности промышленных предприятий. Систематизированы теоретические и прикладные аспекты применения инновационных факторов для обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий Украины в современных условиях хозяйствования. Доказано, что основные акценты украинских предприятия делают на ценовой аспект конкурентоспособности, что является стратегическим просчетом, поскольку данный фактор не сможет обеспечить высокие конкурентные позиции предприятия в будущем. Показано, что только эффективно организованные инновационные процессы способны обеспечить конкурентоспособность промышленного предприятия на современном этапе.

Обґрунтовано роль інноваційних чинників конкурентоспроможності промислових підприємств. Систематизовано теоретичні та прикладні аспекти застосування інноваційних чинників для забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств України в сучасних умовах господарювання. Доведено, що основні акценти українські підприємства роблять на ціновому чиннику конкурентоспроможності, що є стратегічним прорахунком, оскільки цей чинник не зможе забезпечити високі конкурентні позиції підприємств у майбутньому. Показано, що лише ефективно організовані інноваційні процеси спроможні забезпечити конкурентоспроможність промислового підприємства на сучасному етапі.

The role of innovative factors of competitiveness of industrial enterprises has been grounded in the article. Theoretical and applied aspects of innovative factors application for maintenance of competitiveness of the industrial enterprises of Ukraine in modern conditions of managing are systematized. The emphasis of Ukrainian enterprises made the price aspect of competitiveness is proved. A strategic blunder will not be able to provide high competitive position of businesses in the future. It is shown that the only effectively organized innovative processes are able to provide the competitiveness of industrial enterprise on the modern stage.

Колесов С. В.

канд. экон. наук, ст. преп. кафедры «Учет и аудит» ДГМА

serg_2780@mail.ru

УДК 658.012.12

Колесов С. В.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

На зламі тисячоліть відбувається трансформація сутності поняття конкурентоспроможності та, відповідно, чинників, які її забезпечують. Чинники та механізми забезпечення конкурентоспроможності середини 20-го століття відрізняються від чинників та механізмів конкурентоспроможності в третьому тисячолітті. Якщо в минулому столітті конкурентоспроможність забезпечувалася володінням певними конкурентними перевагами та вмінням менеджменту реагувати на ринкові запити, то на сучасному етапі визначальним чинником успіху в конкурентній боротьбі є неперервне продукування та впровадження інновацій. Високий динамізм відтворення конкурентних переваг, технологічного розвитку унеможливорює утримання високих конкурентних позицій підприємства за рахунок певного набору конкурентних переваг, отриманих внаслідок певних інновацій, здійснених підприємством у минулому. Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності протягом тривалого часу потрібно неперервне поповнення набору конкурентних переваг, що потребує від менеджменту підприємства здійснення неперервного процесу продукування та ринкового впровадження інновацій. Роль інноваційних чинників в забезпеченні конкурентоспроможності посилюється й тим, що в умовах відкритості ринків, більшість українських промислових підприємств опинилися в ситуації технологічного «наздоганяючого розвитку», так як технологічний рівень більшості іноземних конкурентів, які вийшли з продукцією на вітчизняні ринки є набагато вищим.

Конкурентоспроможність та її забезпечення є досить широко обговорюваною в наукових колах проблемою. Про це свідчить достатньо значний масив фахової літератури з даної проблематики [1–4]. Проте в більшості робіт конкурентоспроможність розглядається статично, тобто на даний момент часу [5, 6], виходячи з поточної ситуації на ринку. Базисним положенням такого підходу є розуміння конкурентоспроможності як наслідку дій менеджменту підприємства в минулому періоді, а також дій конкурентів та тенденцій в зовнішньому середовищі, внаслідок чого й формується певна конкурентна ситуація в певний момент часу. а, що сформувавши поточну ринкову ситуацію. Такий підхід має право на існування, але в сучасних умовах більшу актуальність має питання наскільки конкурентоспроможним буде підприємство в майбутньому, так як саме на неї може вплинути керівництво підприємства. Конкурентоспроможність у поточному періоді визначається пост-факто. В деяких роботах зустрічається певна методологічна непослідовність, коли визнається її динамізм, але не вказується, як і за рахунок яких чинників будуть забезпечуватися високі ринкові позиції та конкурентні переваги підприємства у майбутньому [1, 5, 7, 8]. Деякі фахівці поділяють конкурентні переваги на стійкі та нестійкі. Перший тип переваг є результатом, насамперед, інноваційної, інвестиційної, а також інших видів діяльності підприємства, що призводять до отримання кращих, ніж у конкурентів, результатів роботи підприємства та є базисом підвищення його рівня конкурентоспроможності. Другий тип переваг є нестійким і може зникати або нівелюватися впливом змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Але при цьому стійкість конкурентних переваг пов'язується зі стійкістю ресурсів підприємств до зовнішніх загроз [9]. З цим не можна повністю погодитися, так як при цьому зникає управлінський аспект забезпечення конкурентоспроможності. Підприємство може мати достатньо ресурсів для інноваційної діяльності, але вони можуть бути організовані неефективно. Як наслідок інноваційні процеси на такому підприємстві не матимуть належного ринкового виходу

і не будуть базисом конкурентних стійких переваг. Окрім того, в сучасних умовах високого динамізму конкурентної боротьби важливо не просто отримати разові переваги, навіть на основі інновацій. Їх стійкість на даному етапі розвитку технологій та науково-технічного прогресу є обмежена. Отримання певних переваг на ринку та прибутків в окремих моменти часу ще не гарантує підприємству чи національній економіці такого стану у майбутніх періодах. В даному аспекті цілком К. Прахалад та Г. Хемел (Hamel) цілком слушно зазначають, що в сучасних умовах майбутнє підприємства залежить не від конкурентної позиції на теперішніх ринках, а визначається положенням підприємства на ринках майбутнього (перспективною конкурентоспроможністю) [10]. Потрібно неперервно продукувати інновації та формувати на їх основі конкурентні переваги.

Таким чином невирішеною проблемою в управлінні конкурентоспроможністю виявлення ролі інноваційних чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємства в майбутніх періодах.

Метою статті є систематизація теоретичних та прикладних аспектів застосування інноваційних чинників для забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств України на сучасному етапі.

Щоб проаналізувати роль інноваційних чинників в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, доцільно коротко окреслити, що в даній статті буде розумітися під поняттям «конкурентоспроможність підприємства». Адже змістове наповнення його в різних фахівців суттєво відрізняється. Огляд конкретних підходів до змістового наповнення означеного поняття наводиться в багатьох наукових працях [1, 7], тому спинятися на них детально в даній статті ми не будемо.

Зазначимо, лише що поняття конкурентоспроможності, як би його не розуміти, пов'язано з наявністю ситуації вибору з боку покупця на ринку. Тому щоб забезпечити конкурентоспроможність менеджмент підприємства повинен забезпечити перевагу пропозицій підприємства перед конкурентами. Такі переваги можуть бути забезпечені за рахунок трьох груп факторів, які й впливають на вибір покупця: ціна, якість (технічні параметри продукції) та її унікальність. На сучасному етапі розвитку економічної науки загально визнано, що вплив цінового фактору є найбільш короткостроковим, тоді як дія двох інших груп факторів є більш тривалою. Це логічно пояснюється тим, що маркетингові заходи, які й в основному забезпечують цінову сторону конкурентоспроможності копіюються конкурентами набагато швидше, ніж ними відтворюються технології, які застосовують лідери конкурентоспроможності.

Окрім цього, вигоди, які отримує підприємство від наявності більшої ніж у конкурентів привабливості ринкових пропозицій є різними в залежності від факторів, які її забезпечують. В даному аспекті, на нашу думку, вірні висновки робить М. Сторпер, який поділяє конкуренцію на два типи за прибутками, які отримує підприємство. Перший тип – це якісна (або сильна, синонім – технологічна) конкурентоспроможність, в основі якої покладено вищу привабливість ринкових пропозицій за інноваційними параметрами продукції. Така «сильна конкуренція» існує між якісно-конкурентними підприємствами («strong competition» between «quality-competitive» firms). Другий тип конкурентоспроможності – слабка конкурентоспроможність (або цінова) забезпечується за рахунок більшої привабливості ринкових пропозицій підприємства за рахунок цінового фактору («weak competition» between «price-competitive» firms) [11].

Відповідно, прибутки за рахунок сильної конкурентоспроможності є вищими ніж прибутки за рахунок цінової конкурентоспроможності [11]. До цього, на нашу думку, слід додати, що прибутки у випадку, коли конкурентоспроможність забезпечується інноваційністю продукції є не лише вищими, а й більш тривалими, ніж у випадку однієї лише цінової

конкурентоспроможності. В умовах посилення конкурентної боротьби, що спостерігається практично на всіх ринках, все більшого значення для забезпечення конкурентоспроможності, особливо на міжнародному рівні набувають нецінові фактори, зокрема якість товару, його новизна, наукомісткість та інтелектомісткість виробів.

Але для забезпечення привабливості пропозиції підприємства за рахунок факторів якості, технологічних характеристик та унікальності потрібно здійснити інновацію, яка стане базисом формування конкурентних переваг підприємству. Іншими словами, мають бути задіяні інноваційні чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства, під якими будемо розуміти процеси на підприємстві, які пов'язані з продукуванням наукових чи ринкових ідей з наступним перетворенням їх в нові продукти, технології (або в їх вдосконалення), які дозволяють підприємству надавати якісно-привабливі ринкові пропозиції.

В контексті забезпечення конкурентоспроможності важливим є поділ інновацій на базові та інновації ситуативно-похідного типу [3]. За допомогою вищенаведених двох типів інновацій можна сформувавши інноваційний цикл забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).

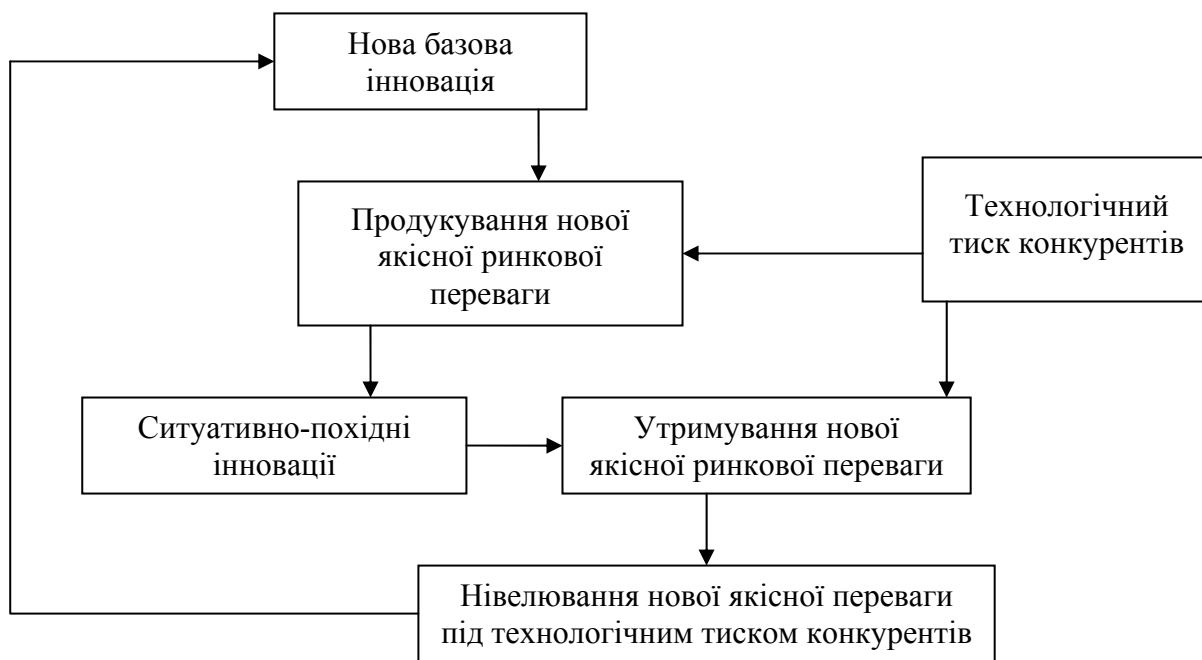


Рис. 1. Інноваційний цикл забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємства

Інноваційний цикл забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємства можна розкрити наступним чином. Нехай внаслідок інноваційної діяльності підприємству вдалося продукувати та впровадити базову інновацію. Такі інновації забезпечують конкурентні переваги в сфері сильної конкуренції, істотно покращуючи якість виробничого процесу [3]. Але аналогічні інноваційні пошуки відбуваються і на підприємствах-конкурентах. Тому рано чи пізно конкуренти відтворять технології та інновації, здійснені підприємством-лідером. Тому можна говорити про те, що кожне підприємство відчуває своєрідний тиск з боку конкурентів. За рахунок інновацій ситуативно-похідного типу воно певний час може утримувати високу конкурентоспроможність вдосконалюючи параметри продукції, але вже не так істотно, як за рахунок базових інновацій. З часом, під тим же технологічним тиском, можливості підприємства утримувати високу конкурентоспроможність за рахунок ситуативно-похідних інновацій вичерпуються, а відповідні конкурентні переваги нівелюються, так як

ринкові пропозиції підприємства вже не є більш привабливі, ніж у конкурентів. Якщо політика розвитку підприємства передбачає постійне утримування лідерства (високої конкурентоспроможності) в сфері «сильної» конкуренції, необхідний пошук та продукування нової базової інновації. Утворюється замкнутий інноваційний цикл забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємства [12].

Якщо проаналізувати діяльність українських підприємств, то слід відзначити, що інноваційні чинники забезпечення конкурентоспроможності ними використовуються недостатньо (табл. 1).

Таблиця 1

Показники інноваційної діяльності підприємств України за 2000–2010 рр.

Роки	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	Загальна сума витрат, млн грн	Дослідження і розробки, млн грн	Придбання машин обладнання та програмного забезпечення, млн грн	Придбання інших зовнішніх знань, млн грн	Інші витрати, млн грн
2000	18	1760,1	266,2	1074,5	72,8	346,6
2001	16,5	1979,4	171,4	1249,4	125	433,6
2002	18	3018,3	270,1	1865,6	149,7	732,9
2003	15,1	3059,8	312,9	1873,7	95,9	777,3
2004	13,7	4534,6	445,3	2717,5	143,5	1228,3
2005	11,9	5751,6	612,3	3149,6	243,4	1746,3
2006	11,2	6160	992,9	3489,2	159,5	1518,4
2007	14,2	10850,9	986,5	7471,1	328,4	2064,9
2008	13	11994,2	1243,6	7664,8	421,8	2664
2009	12,8	7949,9	846,7	4974,7	115,9	2012,6
2010	13,8	8045,5	996,4	5051,7	141,6	1855,8

Хоча питома вага підприємств, що займаються інноваціями в 2010 році була вищою, ніж у 2009-му, це не дає підставу вважати, що в інноваційній сфері в промисловості України намітилися позитивні зсуви. Динаміка даного показника проявляє тенденцію до зниження (хоча в окремі роки наявні позитивні відхилення, а сам показник є дуже низький (рис. 2)).

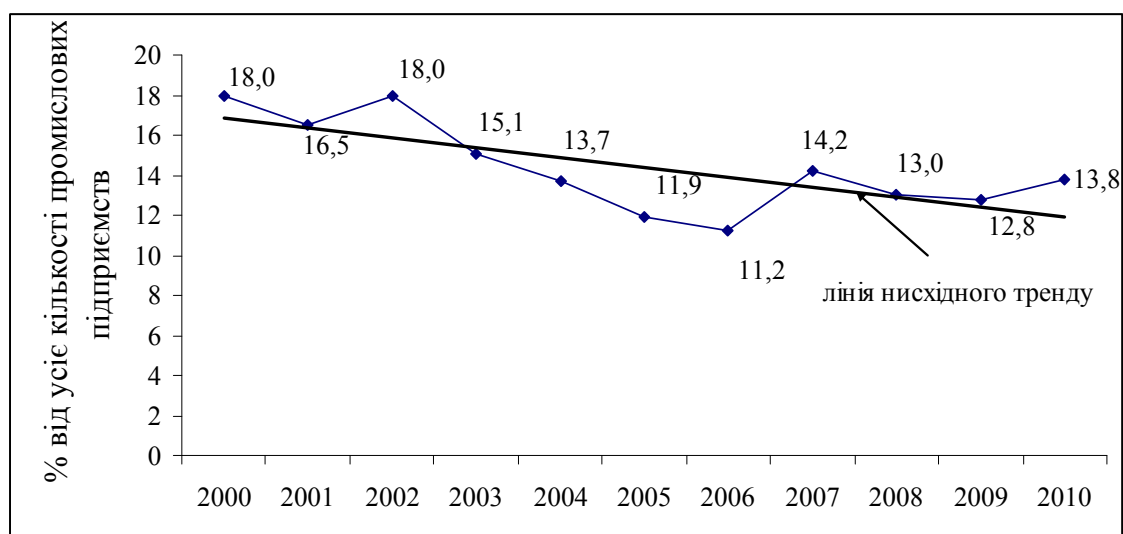


Рис. 2. Динаміка питомої ваги промислових підприємств, що займалися інноваціями

Як бачимо, приблизно лише одне с семи-восьми українських підприємств намагається задіяти інноваційні чинники підвищення конкурентоспроможності. Це не є нормально для економіки, для якої декларується інноваційний шлях розвитку. Але ситуація погіршується тим, що далеко не для всіх підприємств, які займаються інноваціями, вони зумовлюють ринкові переваги за рахунок інноваційної продукції (рис. 3).

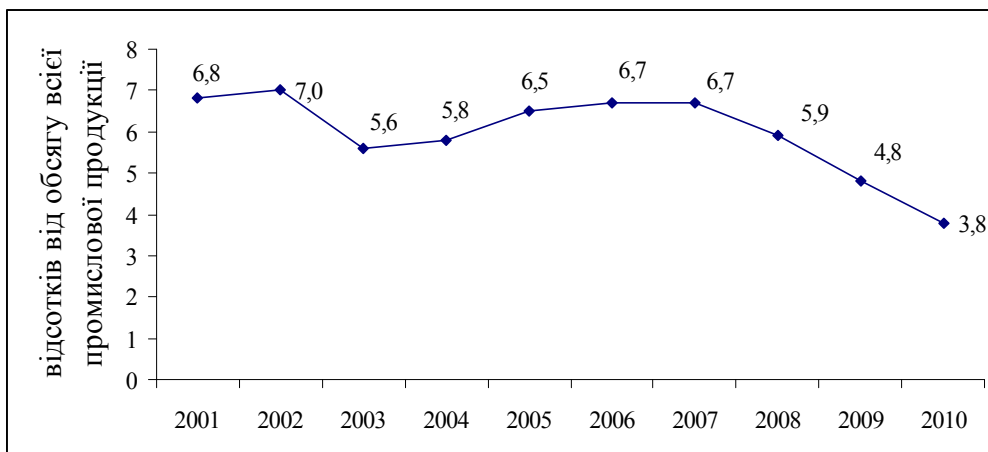


Рис. 3. Питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі промислової продукції України

Як бачимо з даних, представлених на рис. 2 в наявності середньострокова тенденція до зниження питомої ваги інноваційної продукції в загальному обсязі промислової продукції підприємств України. В 2010 році лише 3,8 % продукції є інноваційною. Це вказує на орієнтування українських підприємств переважно на цінові фактори конкурентоспроможності, що не може забезпечити її ні в середньостроковій, ні в довгостроковій перспективі.

Окрім того, необхідно врахувати, що інновації можуть продукуватися як за рахунок власної інноваційної діяльності, так і за рахунок придбаних патентів та технологій, або на ще нижчому рівні – придбанні устаткування та обладнання. Саме на останньому виді інноваційної діяльності акцентують увагу українські підприємства. Питома ваг витрат на власні дослідження та розробки хоча і не проявляє явної тенденції до зниження, але стабільно перебуває на низькому рівні (рис. 4).

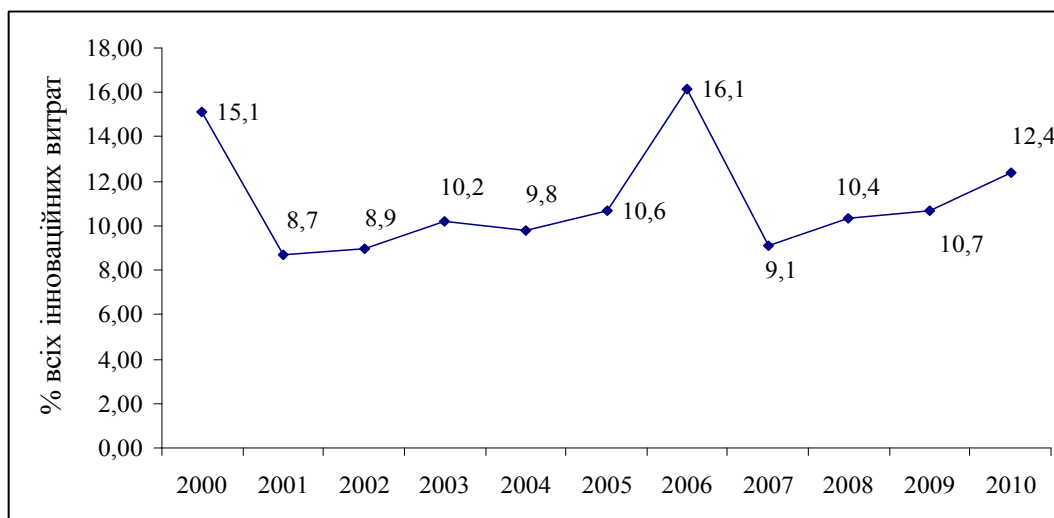


Рис. 4. Питома вага витрат на власні дослідження та розробки в складі інноваційних витрат підприємств України

Як бачимо з даного рисунку, питома вага витрат на власні дослідження та розробки з 2000-го року не перевищує 15 %. Решту інноваційних витрат становлять витрати на придбання нового обладнання. Так активність має вважатися «обмежено-інноваційною», так як аналогічне обладнання можуть придбати і конкуренти, що не дає можливість за рахунок такого роду інновацій говорити про створення якісних конкурентних переваг, тим більше, що через придбання такого ж обладнання конкуренти швидко нівелюють ці переваги.

ВИСНОВКИ

Отже, в сучасних умовах інноваційний чинник є ключовим у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Лише за рахунок інноваційного циклу, суть якого в неперервному пошуку та підтримки якісних конкурентних переваг за рахунок базових та ситуативно-похідних інновацій підприємство може бути конкурентоспроможним протягом скільки-небудь значимого проміжку часу. Цінові чинники в сучасних умовах мають надто короткострокову дію і тому мають розглядатися як допоміжні в контексті забезпечення конкурентоспроможності.

В той же час, слід відзначити недостатнє використання інноваційного чинника для забезпечення конкурентоспроможності українськими підприємствами. Питома вага інноваційних підприємств є низькою, а ті з них які здійснюють інновації, переважно закупають нове обладнання. Питома вага інноваційної продукції є дуже низькою. Все це вказує на те, що основні акценти українські підприємства роблять на ціновому чиннику конкурентоспроможності, що є стратегічним прорахунком, оскільки цей чинник не зможе в принципі забезпечити високі конкурентні позиції підприємств у майбутньому. Щоб змінити ситуацію, потрібно докласти зусилля на державному рівні за рахунок розробки та реальної реалізації інноваційної політики. Це й окреслює перспективи подальших розвідок в даному напрямі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонюк Л. Л. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.05.01 / Л. Л. Антонюк. – Київський національний економічний ун-т. – К., 2004. – 32 с.
2. Барабась Д. О. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі підприємств швейної галузі) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 [Електронний ресурс] / Д. О. Барабась. – Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2003. – 18 с. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/ard/2003/03bdopsg.zip>.
3. Васконселлос-и-Са Ж. Стратегические ходы: 14 наступательных и оборонительных стратегий для достижения конкурентного преимущества: пер. с англ. / Ж. Васконселлос-и-Са. – Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 223 с.
4. Інноваційна активність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Літвінов Є. І. Здобуття конкурентних переваг у глобальній економіці / Є. І. Літвінов // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2008. – № 4. – С. 120–128.
6. Малащук Д. В. Конкурентоспроможність машинобудівного комплексу України в умовах глобалізації світових ринків: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Д. В. Малащук. – Укр. акад. зовніш. торгівлі. – К., 2005. – 24 с.
7. Наукова та інноваційна діяльність 1990–2010 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
8. Новицький В. Інформаційно-інноваційні детермінанти сучасних глобальних конкурентних стратегій / В. Новицький // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сборник научных трудов. – Донецк : ДонНУ, 2009. – Ч. 2. – С. 536–542.
9. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк / К. Нордстрем, Й. Риддерстрале. – С.-П. : Издательство: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге Авторы, 2005. – 64 с.
10. Харитонов О. С. Економічна стійкість підприємства як основа забезпечення його конкурентоспроможності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / О. С. Харитонов. – Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2008. – 18 с.
11. Prahalad C. K. The core competence of corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – № 3 (May-June). – P. 79–91.
12. Storper M. The Regional World: Territorial Development in Global Economy / M. Storper. – N. Y.; Guilford Press, 1997. – 338 p.

Стаття надійшла до редакції 08.11.2011 р.