

М.А. Прялін, В.І. Гуцалова

АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ТА УМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОВВЕДЕНЬ ПРИ СТВОРЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ

**ДВНЗ “Український державний хіміко-технологічний університет”, м. Дніпропетровськ
Державний інститут підготовки та перепідготовки кадрів промисловості, м. Дніпропетровськ**

З використанням результатів раніше опублікованих наукових досліджень виконано аналіз нинішнього стану процесу впровадження нововведень при створенні конкурентоспроможної продукції.

Розробка та виготовлення конкурентоспроможної продукції суттєво впливає на ефективність функціонування промислових підприємств. Важливим напрямом забезпечення конкурентоспроможності виробів є підвищення їх якості та наукомісткості за рахунок використання науково-технічних нововведень. За результатами аналізу, наведеного в статті Н.В. Куркіна, у сучасних умовах виробництва інноваційний процес охоплює фундаментальні, пошукові та прикладні дослідження, нововведення в організації та управлінні підприємством, розробку та виробництво нової продукції, дослідження з метою визначення перспектив збуту продукції та її сервісне обслуговування [4].

Раніше нововведення на підприємствах впроваджувались згідно з планами нової техніки. За рахунок державного бюджету здійснювалась розробка нових конструкцій виробів. Протягом останніх років ситуація кардинально змінилась. При переході до капіталізму, який в сучасній економічній літературі чомусь називають “ринковими відносинами”, згідно з аналізом в статті Н.В. Дзюби з 1985 р. відбулось посилення процесів перерозподілу капіталу. В цей період здійснювалась прихована приватизація фінансів державних підприємств і організацій завдяки прийняттю в 1987 році закону про державні підприємства (об’єднання). Цей закон ввів унікальний принцип щодо збагачення повноважень керівників державних підприємств, який надавав директорату широкі можливості контролю над активами підприємств при фактичній відсутності відповідальності за результати їх використання. Конкретним інструментом легалізації незаконно привласнених коштів державних підприємств стали кооперативи, які з’явилися в 1988 році після прийняття закону про кооператив. На початок 1990 року майже 80% кооперативів діяло на державних підприємствах, за допомогою яких керівництво підприємств одержувало реальну можливість переводити у готівку

грошові кошти, продавати дефіцитні матеріали, комплектуючі та кінцеву продукцію за “договірними цінами”. Прибутки від таких операцій приймали форму легальних активів і таким чином “очищувалися” від колишньої належності до суспільної власності. Пізніше з тією ж метою почали використовуватися малі та спільні підприємства, комерційні банки, біржі та торгові дома. Ще одна сфера незаконного присвоєння суспільної власності виникла після скасування наприкінці 80-х років державної монополії на зовнішню торгівлю. Вивезенню капіталу за кордон сприяли схеми взаємостосунків, згідно з якими національні виробники отримували тільки плату за переробку сировини, а виручка залишалась в офшорних компаніях. Після отримання Україною незалежності процес нагромадження капіталу продовжився. Легалізація приватної власності істотно полегшила здійснення перерозподільних процесів, які сприяли концентрації значних капіталів в руках невеликої групи осіб. [2]

До виконаного Н.В. Дзюбою аналізу можна додати, що виведення обігових коштів із господарчої сфери з метою накопичення капіталу порівняльно невеликою групою осіб суттєво загальмувало розробку і впровадження нововведень. Характер економічних перетворень, який здійснювався з 1985 року і був продовжений в роки незалежності України, призвів тільки до збагачення невеликої частки населення та руйнації економіки. Незважаючи на значну кількість заходів в напрямку залучення іноземних інвесторів, економічного рівня розвитку держави, який мав місце у 1990 році, ще не досягнуто. Затримування з виплатою заробітної плати, перерахування заощаджень населення в Росію значно зменшили купівельні можливості населення. За даними засобів масової інформації обсяг перерахованих в Росію коштів громадян України становив більше 150 млрд. доларів. Це призвело до суттєвого зменшення обсягів реалізації товарів вітчизняних підприємств і гальмування виробни-

чих процесів. Додатковим чинником поглиблення кризової ситуації стало масове вивезення в Росію товарів з причин прозорого кордону, значного підвищення в Росії заробітної плати і цін при наявності спільної валюти і відсутності додаткових обсягів грошової маси в Україні на початку 90-х років. Не надання Україні Росією необхідної грошової маси для вирівнювання заробітної плати і цін призвело до масового вимивання товарної маси з території України і відповідного поглиблення кризової ситуації.

Розробка і впровадження нововведень, без яких не може бути конкурентоздатною продукція і розвиватись економіка, потребує значних інвестицій. За даними, наведеними в статті М. Жиленкової, на частку 100 країн (включаючи Україну) припадало лише 1% прямих іноземних інвестицій. Загальний обсяг інвестицій з 1992 до 1 жовтня 1997 року складав тільки 1797 млн. доларів. На частку США припадало 18,5%, Нідерландів – 10%, Німеччини – 9,6%, Великобританії – 7,8%, Кіпра – 7,1%, Росії – 6,8%, Ліхтенштейна – 5,8%. Іноземні інвестиції вкладені в 6247 підприємств, із яких лише 29,7% випускали продукцію. М. Жиленкова приходить до висновків, що ці тенденції свідчать про завершення періоду романтичного ставлення до іноземного інвестування економіки України. На її думку у вирішенні завдань стабілізації економічного становища головна значення залишається за державними інвестиціями.

Дійсно, якщо співставити наведені в цій статті дані, то можна визначити питому вагу іноземних інвестицій в напрямі машинобудування та металооброблення. Ця питома вага становила тільки 8,47%. Між тим розвиток машинобудування є одним із основних чинників науково-технічного прогресу. Аналогічні результати наведені в статті Н.В. Куркіна. На його думку іноземні інвестиції складають менше 8% реальних потреб, а їх спрямованість знаходиться поза стратегічними інтересами держави. Як правило, іноземних інвесторів цікавлять промислові підприємства, які не потребують довгострокових чи значних капіталовкладень. У вигляді іноземних інвестицій часто поступають вітчизняні гроші. Прикладом є Кіпр, де розташовуються офшорні компанії. Перевірка 925 договорів купівлі-продажу акцій приватизованих підприємств показала, що договірні умови інвесторами виконуються в повному обсязі тільки в 57,8% випадках, по 12,9% договорам має місце відставання виконання зобов'язань, а в 10,2% випадках інвестор зобов'язання не виконує [5]. Вітчизняна модель фінансування інноваційної діяльності передбачає такі джерела:

- власні кошти підприємств (амортизаційні відрахування, мобілізація внутрішніх активів, вилучення від реалізації окремих видів майна);
- кредитні ресурси та бюджетні кошти;

– вітчизняні та іноземні інвестиції.

Труднощі з інвестуванням обмежують впровадження нововведень. За даними, наведеними в статті М.В. Грузда і С.В. Мануліна [1] в той період часу оновили продукцію машинобудування 23% підприємств. Біля 40% виробів нової техніки в 1999 році були розроблені і виготовлені протягом одного року. Це свідчить, що нововведення скоріше всього впроваджувались не в науковомістку продукцію. На наш погляд таке спрямування нововведень не могло сприяти підвищенню конкурентоспроможності продукції. Можна вважати, що збільшення рівня науково місткості виробів є додатковою ознакою забезпечення їх конкурентоспроможності. Однак період переходу українських підприємств до капіталістичних відносин виявлена тенденція скорочення обсягів впровадження у виробництво нововведень. Це підтверджується результатами аналізу, наведеного в статті К.А. Малишенка і В.А. Малишенка. В порівнянні з першими двома кварталами 1994 року у відповідний проміжок часу 1997 року кількість нових технологічних процесів зменшилась в 1,58 рази, вперше запроваджених у виробничому процесі нових машин, устаткування, приладів, апаратів зменшилась в 1,5 рази, кількість вперше створених матеріалів, виробів, продуктів скоротилась в 1,4 рази [6].

Ситуація в окремих регіонах з впровадження нововведень віддзеркалює загальну тенденцію по країні в цілому. Згідно з аналізом, виконаним О.В. Неговеловим, частка збиткових підприємств в Харківському регіоні збільшилась з 17,7% на 01.01.1996 р. до 50% на 01.01.2000 р. (без врахування малих підприємств і банків). Для значної кількості підприємств інвестування виробництва за рахунок чистого прибутку стало неможливим. В Харківському регіоні капітальні вкладення в 1999 р. в порівнянні з 1990 р. становили: у виробничі об'єкти – 17,2%, в невиробничі об'єкти – 23%. Надії на іноземні інвестиції не виправдались. Їх обсяг абсолютно неадекватний необхідному [7].

Аналіз інноваційної діяльності в Донецькій області проведено в статті О.І. Пампури. Автор цієї статті вважає, що організаційно-економічна структура інноваційної сфери неадекватна завданням розвитку регіону і не сприяє зацікавленості розробників нововведень. В порівнянні з 1996 р. в 1997 р. кількість механізованих потокових напівавтоматичних ліній скоротилась в 1,5 рази, виготовлення нових видів продукції – на 8,1% (в тому числі товарів широкого користування – на 14,3%). Автоматичні лінії та промислові роботи не впроваджувались. Зменшуються також показники, які характеризують розвиток науково-технічного прогресу. Так, питома вага науково-технічних розробок, в яких використовувались винаходи, зменшилась в 1996 р. у порівнянні з

1994 р. з 18,4% до 11%. Одночасно по регіону в цілому збільшилась питома вага підприємств, які не застосовують науково-технічні нововведення з 74,4% до 81,7%. В окремих галузях господарства ці співвідношення були такими: енергетика – 50% і 66,7%; паливна промисловість – 31,6% і 31,8%; чорна металургія – 33,3% і 41,7%; машинобудування – 72,9% і 80%. Все це підтверджує низьку ефективність діяльності підприємств в напрямі впровадження нововведень [8].

Комплексною характеристикою спроможності підприємства до інноваційної діяльності є його інноваційний потенціал. Це поняття є концептуальним відображенням феномену інновацій. Іноді поняття “інноваційний потенціал” ототожнюється з науковим, інтелектуальним, творчим і науково-технічним потенціалом. У широкому розумінні “потенціал” – це засоби, запаси, джерела, що є в наявності і можуть бути використанні, приведені в дію для досягнення певної мети, виконання плану, розв’язання завдання, можливості якої-небудь соціально системи у певній області. Визначення промислового потенціалу підприємства можна сформулювати як сукупність засобів і предметів праці, робітників, їх навичок, мотивів і стимулів, виробничих відносин, що склалася за багато років і перебуває у системній єдності.

Обґрунтування впровадження нововведень може бути підтверджено функціонально-вартісним, екологічним і соціальним аналізами. При виявленні негативних тенденцій необхідно розробити заходи щодо їхнього усунення або взагалі відхилити такі нововведення. Інвестиційно-інноваційні програми визначають об’єктивну потребу зміни поколінь техніки і технологій, розглядають можливі альтернативні варіанти науково-технічних нововведень, оцінюють вартість та терміни впровадження. Безперервний процес реалізації інвестиційно-інноваційних програм, передбачає вкладення значних ресурсів для:

- здійснення фундаментальних і прикладних наукових досліджень;
- формування нової науково-технічної бази виробництва;
- впровадження конструктивних і технологічних нововведень.

Інвестиційно-інноваційні програми – це довготривалі за часом і досить високовартісні заходи економічної діяльності. Рішення щодо їх практичної реалізації стратегічні за змістом і потребують всебічного та детального теоретичного обґрунтування. Результати впровадження інвестиційно-інноваційних програм мають забезпечувати значне підвищення рівня фінансової ефективності функціонування підприємства. Обґрунтування рішень щодо практичного впровадження інвестиційно-інноваційних програм потребує детального аналізу широкого кола показників. Зокрема якості технічних нововведень. Обсягів капі-

таловкладень. Схем їх фінансування та окупності. Визначальним тут є фінансово-економічний аналіз умов впровадження і результатів Інвестиційно-інноваційних програм. Комплексний фінансовий аналіз рівня їхньої ефективності тісно пов’язаний із визначенням періоду окупності, грошовими потоками, рівнем норми прибутку.

Ефективність впровадження у практику інновацій може проявлятися у різних сферах діяльності і виражатися у підвищенні різних оціночних показників:

- зростання фондівіддачі, рентабельності виробництва продукції;
- збільшенні рівня механізації виробництва та підвищенні продуктивності праці;
- поліпшенні використання матеріально-сировинних і фінансових ресурсів;
- поліпшенні якості продукції, скороченні терміну окупності капітальних вкладень.

Аналіз джерел фінансування інноваційних заходів підприємств України за останні роки засвідчив, що із загальної суми використання на інноваційні цілі фінансових ресурсів більшу частину становили власні кошти підприємств. Висока ризикованість інноваційних проєктів зумовлює низьку частку коштів інвесторів і кредитних ресурсів.

В процесі аналізу умов впровадження нововведень для створення конкурентоспроможної продукції необхідно враховувати стан ринка її збуту з метою виявлення тенденцій можливого споживання. Це є основою для розробки заходів з розширення обсягів реалізації продукції. На ринку може мати успіх тільки конкурентоздатна продукція, що обумовлює необхідність пристосовуватись до потреб покупця і виробляти тільки такі вироби, які відповідають цим вимогам. При наявності конкуренції виникає необхідність забезпечення привабливості продукції. На основі вивчення ринка здійснюють:

- прогнозування попиту на продукцію підприємства;
- створення збутових мереж, планування виробництва нової та модернізації існуючої продукції з метою розширення асортименту товару;
- аналіз джерел постачання сировини, матеріалів та комплектуючих виробів для виготовлення продукції підприємства;
- аналіз процесів формування попиту та стимулювання збуту з використанням реклами, особистого продажу, економічного стимулювання;
- дослідження демографічних, культурних та економічних характеристик покупців продукції для розширення обсягу збуту продукції;
- розподіл можливих споживачів на групи за ознаками поведінки, способом життя та місцем проживання в різних за величиною населених пунктах, рівня прибутків та освіти, а також за віком, статтю.

На основі отриманої інформації з аналізу

процесу збуту продукції приймається рішення про визначення сегменту ринка та забезпечення таких властивостей виробів, які можуть відповідати потребам споживачів з урахуванням їх купівельних можливостей та мотивів придбання продукції даного типу. При цьому враховується конкуренція на ринка, яка є суттєвим фактором упорядкування цін і стимулом впровадження нововведень. Вона сприяє витісненню з ринка неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів за відношенням до споживача. Конкуренція передбачає конкурентну боротьбу за споживача продукції, формами якої можуть бути:

- підвищення якості продукції та зменшення цін;
- широке використання реклами, розвиток сервісного та гарантійного обслуговування;
- використання нововведень при створенні нових виробів.

Однією із традиційних форм конкурентної боротьби може здійснюватись шляхом зниження цін, локальних змін, сезонних розпродаж, наданням більших сервісних послуг при діючих цінах. Цінова конкуренція здійснюється для розширення сегментів існуючих ринків і виходу на нові ринки збуту продукції. Дуже ефективною формою конкурентної боротьби є впровадження заходів за підвищення якості товарів. Реклама певним чином впливає на формування думки споживачів, що теж збільшує чи зменшує рівень конкурентоспроможності конкретних зразків продукції. Підвищення технічного рівня нових виробів за рахунок впровадження конструктивно-технологічних нововведень та поліпшення сервісного обслуговування є також дуже важливими чинниками підвищення конкурентоспроможності продукції. Крім наведених існують методи несумлінної конкуренції, якими є економічне, промислове та науково-технічне шпигунство, підробка продукції конкурентів, обман споживачів, приховування дефектів продукції, підкуп та шантаж, махінації з економічною звітністю та валютні махінації.

Конкуренція на ринка може бути чистою, монополістичною, олігополістичною. Для ринка чистої конкуренції характерні такі ознаки: обсяги виробництва окремого підприємства дуже незначні в порівнянні із загальною кількістю однотипної продукції, яка виробляється іншими підприємствами. Тому обсяг випуску продукції будь-якого підприємства не впливає на формування ринкової ціни. Інші підприємства не можуть впливати на рішення, які стосуються виходу на ринок певної продукції підприємства чи припинення її випуску та виходу з ринка. Все це має місце при наявності великої кількості продавців та покупців однакової чи схожої продукції. Велика кількість продавців не дозволяє жодному товаровиробнику

пов'язувати ціну шляхом обмеження або збільшення виробництва з причини незначної частки кожного з них на ринка. Велика кількість товаровиробників однотипної продукції за умови що ніхто з них не володіє значними потужностями для впливу на ціну продукції створює автоматизацію формування цін на ринка. Існуючі на ринка підприємства не можуть противитись появі нових конкурентів.

Кожне підприємство володіє повною інформацією про всі суттєві чинники ринка. В умовах чистої конкуренції жодне підприємство не може отримати прибуток шляхом збільшення цін. Збільшення прибутку може бути тільки досягнуто за рахунок скорочення витрат виробництва. Вільний доступ в зони високих прибутків сприяє збільшенню виробництва товарів та зменшенню цін. Бажання споживачів щодо властивостей товару відбиваються на формуванні цін. Ринок чистої конкуренції існує в умовах відсутності будь-якого контролю над пропозицією товарів. Це має місце при відсутності будь-яких елементів монополії.

Концентрація виробництва певної продукції в межах підприємств з великими виробничими потужностями сприяє створенню умов по централізації контролю за пропозицією товарів на ринка. Об'єднання підприємств, які випускають однотипну продукцію приводить до можливості захоплення значної частин ринка. В результаті ці підприємства стають монополістами. Монополіне становище досягається також за допомогою створення своєї ринкової ніші. Ринкова ніша обмежується певним колом споживачів. Вважається, що при монополістичній конкуренції на чотири виробники певної продукції припадає 25%, а на вісім виробників – 50% ринка. Високі прибутки монополістів роблять привабливими їх сегмент ринка. Це стимулює прагнення інших виробників до конкурентної боротьби. Конкуренція має різноманітний характер і ведеться не тільки шляхом цінової політики. Нецінова конкуренція виявляється у вигляді додаткових послуг покупцеві, гарантіях якості товару, розширення реклами. При усуненні будь-якої конкуренції виникає чиста монополія. За рахунок підвищення ціни монополіст отримує надприбуток. Іноді з метою підвищення прибутку за рахунок збільшення обсягів реалізації товару монополіст знижує ціну продукції.

Разом з монополією серед ринкових структур може сформуватися олігополія. Олігополія на ринка має місце при невеликій кількості підприємств, які володіють однотипними товарами чи послугами. В цьому випадку кожне підприємство пильно стежить за діяльністю конкурентів з метою забезпечення стабільності на ринка. Олігополія дуже близька за своєю структурою до монополії. В кінцевому рахунку все це впливає на

погіршення потреб споживачів. Ослабленню олігополії сприяє виготовлення продукції, яка може замінити вироби підприємств-олігополістів або імпорт аналогічних товарів. Відомо, що ринок вважається конкурентним за такими умовами:

- на ринка діють 10 і більше підприємств;
- одне підприємство займає не більше 31% ринка;
- два підприємства займають не більше 44% ринка;
- три підприємства займають не більше 54% ринка;
- чотири підприємства займають не більше 63% ринка.

Виробникам вигідніше мати впливати на ринок, в той же час для суспільства краще високий рівень конкуренції виробників. Без підвищення рівня конкуренції на ринка дуже важко здійснювати перетворення в економіці із залученням досягнень науково-технічного прогресу. Це пояснюється тим, що як засоби конкурентної боротьби для поліпшення своїх позицій на ринка виробники продукції використовують якість виробів, ціну, сервісне обслуговування, асортимент, умови постачання та платежів, рекламу.

Суттєвим чинником, який обмежує споживання продукції є її ціна. Зменшення ціни на продукцію призводить до збільшення попиту і таким чином характеризує підвищення конкурентоспроможності виробів. Підвищення попиту на конкретну продукцію може бути обумовлено зовнішніми причинами. Наприклад, зростання ціни на аналогічну продукцію інших товаровиробників може збільшити попит на продукцію підприємства, ціна на яку залишилась на попередньому рівні. Тим самим збільшився рівень конкурентоспроможності продукції конкретного виробника. Внутрішнім чинником збільшення конкурентоспроможності продукції може бути зменшення її ціни на конкретному виробництві. Якщо при цьому величина попиту змінюється на більший відсоток у порівнянні з ціною на ринку, має місце еластичний попит на зазначену продукцію. Еластичний попит забезпечує значне його збільшення з причини зменшення ціни продукції. Він дає можливість помітно збільшити доходи підприємства від реалізації продукції за рахунок зростання обсягу реалізації. При еластичному попиті зростання обсягу реалізації продукції перевищує темпи зменшення ціни.

Якщо величина попиту на продукцію змінюється на менший відсоток у порівнянні з темпами зміни ціни, має місце нееластичний попит. Нееластичний попит обумовлює зменшення доходу підприємства. При однакових темпах зміни ціни продукції та попиту не змінюється величина доходу підприємства від обсягів реалізації продукції. Якщо попит на продукцію збільшується без зменшення ціни дохід підприємства зростає

при збільшенні обсягів продаж. Можуть бути ринкові ситуації, при яких величина попиту на продукцію не змінюється при коливаннях ціни.

Таким чином, конкурентоспроможність продукції та науково-технічний рівень нововведень так взаємно пов'язані між собою, що оцінювання конкурентоспроможності продукції необхідно здійснювати з урахуванням ступеня інноваційної діяльності на підприємстві. Впровадження нововведень у виробництво забезпечує удосконалення технічного рівня підприємств, зростання обсягів випуску продукції, підвищення економічності використання природних ресурсів і поліпшення якості виробів. Можна вважати, що рівень наукомісткості продукції певним чином впливає на її конкурентоспроможність. Обраний шлях переходу до капіталістичних відносин призвів до значної руйнації економічного потенціалу підприємств. Це обумовило суттєве ускладнення процесу впровадження нововведень при створенні конкурентоспроможної продукції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Груд М.В., Мантулин С.В. Факторы инвестиционной привлекательности предприятий Украины и условия их формирования // Вісник Харківського держав. економіч. ун-ту. – 2000. – С.86-88.
2. Дзюба Н.В. Опосередковані методи первісного нагромадження капіталу // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.М. Каразіна. Економічна серія. Проблеми прискорення розвитку економіки. – 2001. – № 530. – С.44-48.
3. Жиленкова М. Вплив іноземного капіталу на економіку України // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.М. Каразіна. Економічна серія. Проблеми прискорення розвитку економіки. – 2001. – № 530. – С.100-105.
4. Куркин Н.В. Организация инновационных процессов: проблемы переориентации // Вестник Харьковского гос. политех. ун-та. Сер. Технический прогресс и эффективность производства. – 2000. – № 128. – С.39-43.
5. Куркин Н.В. Инвестиционная деятельность в Украине: оценка состояния, проблемы, перспектива // Вісник Харківський держ. економічний ун-ту. – 2000. – № 4(16). – С.5-10.
6. Мальшенко К.А., Мальшенко В.А. Совершенствование управления инновационной деятельностью // Вестник Харьковского гос. ун-та. Сер. Проблемы стабилизации экономического развития. – 1998. – № 404. – С.270-273.
7. Неговелев О.В. Инвестиционная ситуация в Харьковском регионе // Вестник Харьковского гос. политех. ун-та. Сер. Технический прогресс и эффективность производства. – 2000. – № 128. – С.11-113.
8. Пампура О.И. Финансовые методы активизации инновационной деятельности предприятий региона // Вестник Харьковского гос. ун-та. Сер. Проблемы стабилизации и экономического развития. – 1998. – № 404. – С.41-43.

Надійшла до редакції 10.04.2013